TURING 设计工坊

写给大家看的设计书

实战篇

[德] 克劳迪娅·科特豪斯 —— 著
李一汀 —— 译

Das Design-Buch für Nicht-Designer

- 实用的设计入门手册：从小白到高手
- 丰富且有创意的设计建议和技巧，好的设计比你想象的更简单
- 实战教学，图文结合，让你在学习中迅速提高设计水平



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

克劳迪娅·科特豪斯

现任职于德国柏林流行艺术学院，教授设计学课程；专业杂志的作家和编辑，曾出版多本设计类的畅销书籍；同时，她还是多家软件公司的图形设计师。

李一汀

同济大学日耳曼语学士、企业管理学硕士、辅修建筑学。
长年从事外交工作，担任G20和世界互联网峰会等重大活动口译。
已出版多本译作，其中包括英文译作《品鉴威士忌》，德文译作《通货膨胀来了》《面包基础》《肠子的小心思》。

数字版权声明



设计工坊

写给大家看的设计书

实战篇

[德] 克劳迪娅 · 科特豪斯 ——著
李一汀 ——译

Das Design-Buch für Nicht-Designer

人 民 邮 电 出 版 社
北 京

图书在版编目（CIP）数据

写给大家看的设计书. 实战篇 / (德) 克劳迪娅·科特豪斯著 ; 李一汀译. -- 北京 : 人民邮电出版社, 2018.6
(设计工坊)
ISBN 978-7-115-48133-7

Ⅰ. ①写… Ⅱ. ①克… ②李… Ⅲ. ①平面设计 Ⅳ. ①J524

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第054022号

内 容 提 要

本书主要讲述有关设计的技巧、对象、工具等专业性知识。全书采用了简单的语言描述，借助丰富的示例与插图将设计的步骤和技巧、分析目标对象等一系列的专业知识轻松地展现了出来。本书利用图形对比的形式，直观地将好的设计的优势和特征展现在读者面前，通过阅读本书，读者将会轻松地学习到设计领域的相关知识。

◆ 著　　　　[德] 克劳迪娅·科特豪斯
译　　　　李一汀
责任编辑　傅志红
执行编辑　王　鹏　冯帅帅
责任印制　周昇亮

◆ 人民邮电出版社出版发行　　北京市丰台区成寿寺路11号
邮编　100164　　电子邮件　315@ptpress.com.cn
网址　http://www.ptpress.com.cn
北京　　　　　　印刷

◆ 开本：880×1230　1/24
印张：13.5
字数：465千字　　　　2018年 6 月第 1 版
印数：1 – 4 000册　　　　2018年 6 月北京第 1 次印刷

著作权合同登记号　图字：01-2017-5045号

定价：89.00元

读者服务热线：(010)51095186转600　印装质量热线：(010)81055316
反盗版热线：(010)81055315
广告经营许可证：京东工商广登字 20170147 号

译者序

生活中，设计可谓无处不在。早晨过马路时，你会瞥到广告牌上的招贴海报；上午办公时，你会用到印有企业Logo的商务信笺；中午在咖啡馆里小憩时，你会打开一张介绍最新产品的传单；晚上在健身房运动时，你会看到近期的课程表；周末度假时，你还可能收到好友的婚礼邀请函。无论是上述哪种情形，只有版式合理、色彩和谐、重点突出、富有创意的作品才能令人印象深刻、过目不忘，从而达到设计的预期目标。

本书旨在为一般大众提供从零开始完成精美设计的详尽指南。其中第一章阐述了设计三部曲：如何定义目标受众、如何令设计引人入胜、如何突出重要信息。第二章详细讲解了设计中用到的各种手法和技巧，涉及版面格式、合理留白、字体选用及配色方案等。第三章借助丰富的实际案例演示了设计的全流程，并提供了改良前后的效果对比，无论你想要设计明信片、名片、Logo、海报、邀请函、传单还是网页，总能找到类似的解决方案作为参考。第四章提供了进阶的设计专业知识，你可以进一步了解有关色彩、印刷、文件格式、裁切、纸张以及印后加工方面的术语，开启设计的行家之旅。

本书图文并茂、案例翔实、深入浅出，会让你觉得设计绝非难事，相信无论是毫无基础的门外汉还是专门从事设计工作的业内人士都能从中获益良多，我本人在翻译的过程中亦有同样的感受。

最后，我想借此机会感谢我的父亲李水根先生，他对本书的译稿进行了多次审读和校对，亦把这本译作献给我刚出生的儿子林嘉礼。

李一汀
2017年12月12日

亲爱的读者朋友们：

不久之前，我的一位女性好友专门找到我并恳请我为其设计一份生日邀请函，她说："毕竟你是在Rheinwerk出版社设计部工作呢！"当然，她说得没错，而且我本人也钟情于精美的设计。不过，要我亲自操刀？应该从哪里着手呢？我该选取哪些颜色？哪种字体又是合适的呢？

如果你也恰好面临这样一个或者与之类似的任务，那么这本书将是你的不二之选。本书将阐述设计过程中的要点知识，并展示大量可供参考的实际案例。作者就邀请函、协会报刊、明信片、招贴布告、名片以及其他各种宣传材料进行设计，并就该设计给出了极为详细精准的分析。某种程度上，你能在阅读本书后顺带掌握设计的流程，并在之后自己的项目中学以致用。在这里，你一定能找到对自己有所启发的案例并激发出创造力。不妨快速翻阅本书，就从能抓住你眼球的地方开始阅读吧！若想按部就班地了解大致的入门信息，你可阅读第一章，其中阐述了如何着手进行设计，往往随后还会附上极具说服力的设计成果。第二章介绍了字体、颜色以及形状式样这些重要的基本元素，或许有些读者想更深入、更细致地了解这部分内容，第四章针对其中最为重要的技术背景进行了阐述，以供你快速参阅。

无论你计划的下一个设计项目是什么，毫无疑问，一旦本书在手，一个好设计定会应运而生！

无论是赞扬的声音还是批评的意见，只要对本书有所助益，我都喜闻乐见。如果你发现任何问题或有任何疑问，请立即与我取得联系。

卡塔琳娜·苏特（Katharina Sutter）
Rheinwerk出版社设计部　审稿人

目录



请有意识地选用颜色和字体！你将学到，何种字体与自己的设计最为匹配，如何巧妙组合各种字体才能达到最佳的效果。

色环可以帮助你找到合适的颜色。



明信片、邀请函、名片——每一种都有自己的尺寸要求。这些案例展示了各种设计的要点所在。



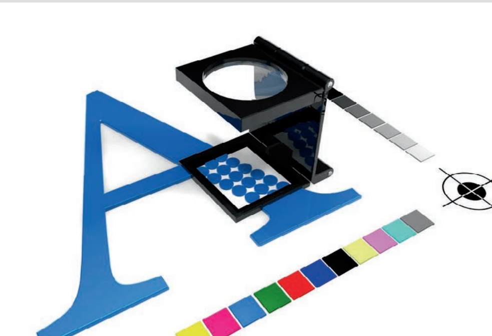




步步为营，引人入胜且极具个性的设计就会呈现在你的眼前。细节的呈现以及纲要式的插图将帮助你看到那些设计成果的特别之处，并将其应用到自己的设计中。



设计已经完成，现在应该如何将其打印出来呢？你将学到如何避免颜色失真以及像素化的图片。





网格、裁剪和分辨率——我们将以简明易懂的方式阐述这些最为重要的专业概念。

第一章　明确任务

设计三部曲

无论你想设计什么，在动手之前都应该思考一下最为重要的三部曲，这样你的构思才能最终转化为富有创意且令人信服的设计。至于这三部曲究竟指的是什么，我们将在本章中详细阐述。

其实，你当然知道自己的任务：设计某些东西，只不过觉得有点无从下手。或许你头脑中已经对标题或者底色的样子有了一个想法，或许你对设计的结果毫无概念，也或许你仅仅面对着一堆色彩，却对设计结果毫无概念。

无论是你的头脑中已经有了粗略的构思还是空空如也，你都应该步步为营，按照下列三部曲的顺序摸索着前进，它将引导你成功地完成设计。这份设计不仅能令你本人满意，同时也能使他人信服。我们所谓的三部曲包含几个方面。

你的任务包括：

1. 定义目标受众。
2. 引人注目。
3. 传递信息。

1. 定义目标受众：在这个环节中，你需要思考一下，哪些人会观赏你的设计。如果你已经找到了这个目标群体，就应该在设计中迎合他们的喜好。
2. 引人注目：只有赢得观众的关注，人们才会感知到你的设计，因此最好能做到引人注目。
3. 传递最为重要的信息：你要明确哪个信息是最为重要的，并将其传递给观众。

不过，三部曲的顺序并非一成不变。多数情况下，你都可以参考这个顺序进行设计，但也不乏某些情况，可以适当改变上述顺序。毕竟，最为重要的一点是，你必须将上述三个步骤全部完成，不能马虎对待，也不能遗漏其中任何一个步骤。

定义目标受众

设计的第一步，首先应当定义目标受众。一些大型企业通常会在着手设计或是发起广告宣传活动之前，预先进行目标受众分析。这类由专业服务提供商或者市场调研机构完成的目标受众分析，会描绘出未来购买者的相关信息：年龄、性别、收入，当然了，购买者的兴趣爱好以及度假地也属于与其相关的重要信息。人们只有基于上述信息才能对产品做出相应的设计。

你总会面对一组目标受众

你可能并不就职于可口可乐公司，也不在费列罗公司上班，因而就简单地认为：你的设计并无目标受众可言？你不过只是想为银婚纪念日设计一份邀请函？这样想也无可厚非，即便你的目标受众比可口可乐或者费列罗公司小得多，你也依然值得花费一些时间，就自己设计的目标受众好好思考一番。我们所谓的目标受众一般是指那些将会观赏到你的设计的人群。

所谓目标受众是指那些将会观赏到你的设计的人群。

三部曲

图示是一家协会制作的广告单，该协会旨在促进那些特别富有创造力的儿童得到进一步的发展。该案例实践了设计的三部曲。



1. 目标受众
主题和色彩能够引发儿童及其家长的兴趣。

2. 引人注目
鲜明的对比色可以赢得观众的关注。

3. 信息
观众能够一目了然设计想要表达的内容。

你总是期待设计作品拥有不少目标受众吧！即便没有庞大的预算，也未做市场分析，你也一定想让自己的设计赢得关注，招人喜欢。

为老年舞蹈活动设计一张招贴海报时，你眼前自然能浮现出明确的目标受众，为儿童和青少年设计一本宣传册时也是同样。在你动手设计之前，不妨总是自问一下，谁将把你的设计握在手中，或者谁将观看你的设计，你的设计又该取悦哪些人，因为只有这样，你才能优化自己的设计。

新婚夫妇及其来宾

你想为纪念日或者生日、洗礼或者婚礼设计一份邀请函吗？在这些场合中，各种亲朋好友都会前来庆贺。这类设计有一定的个人背景，我们不能将其理解为传统意义上的广告，它的目标受众发生了变化。此时，设计的目标受众不再是观众以及潜在的客户，而是委托设计者本人。

目标受众

儿童、青少年、老年人：谁才是目标受众，他们的喜好分别又是什么?

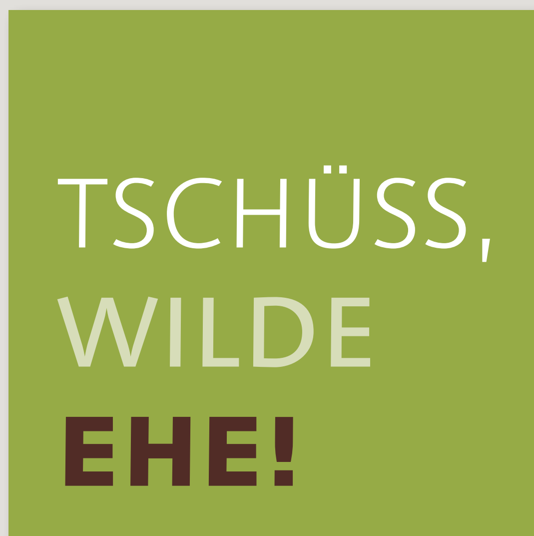


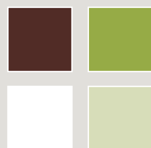




邀请者和被邀请者的喜好

为诸如婚礼、生日或葬礼等重要的个人活动设计邀请函时，必须首先取悦邀请者。邀请者希望借助邀请函传达一种心情，因此，设计应当将其体现出来。如果生日邀请函采用手工纸，并在上面印制了活泼的手写体，那么被邀请者自然不会期待一场Techno音乐派对。与之相应，人们在心理上自然会对这场生日聚会做好准备，甚至有可能据此着装。就这点而言，设计旨在事先向各位宾客传达邀请者的喜好以及情绪，这也正是邀请者所期待的。





各颜色之间的鲜明对比可以方便阅读。为了避免设计过于缤纷杂乱，设计者采用了一种较为明亮的绿色。

背景呈方形，上面叠加了一个矩形。



时尚设计的委托者

在我们第一份的设计中，浪漫和轻快都不是旨在表现的主题，该设计表现出的特征是现代、简明、清晰，完全舍弃了装饰性的元素。



横平竖直的现代字体。



此外还有一个建议：如果你的设计委托者希望表现出一些特别荒唐且没有意义的东西，你很难从设计的视角实践他的想法，那么请牢记，理想情况下，最好也能在设计邀请函时迎合各位宾客的喜好。请你尝试着对目标受众作出限定。邀请的宾客是否主要是年轻人？会有很多年轻家庭携带孩子出席吗？或者来宾多是比较保守的老年人？



粉嫩浅淡的色调显得柔和且保守。



目标受众：浪漫主义者

第二份设计表现出的特征是保守、轻快，还有配上花朵和戒指元素带来的一丝浪漫气息。



对于一张经典的卡片而言，戒指是必不可少的元素。

限定目标受众

如果你不能立刻明确设计的目标受众，那么下列问题及其回答会对你有所帮助。

- 目标受众中，大多数人的年龄是多少？是否应该迎合某一特定年龄群体的喜好，比如说儿童或是老年人？
- 是否应主要迎合男性或女性的喜好？
- 你能明确目标受众的特定文化水平或者职业吗？比如说，你正在为某个行业纪念日进行设计，届时，各位业内同事都将受邀与会。



为调皮活泼者进行的设计

第三份设计含有一些童真气息，也有一丝轻快活泼之风，不过并不浪漫。

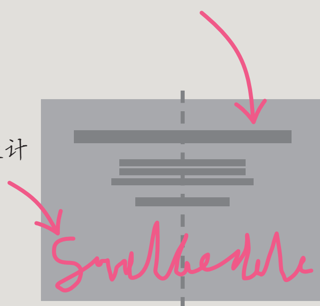


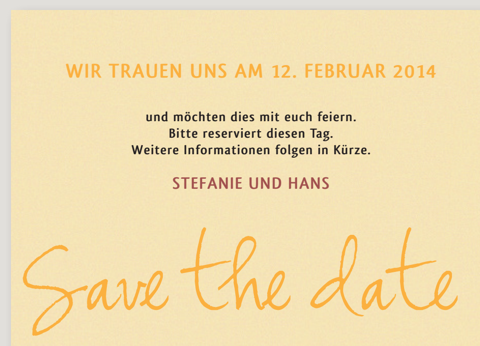
并不那么五彩缤纷

尽管本设计运用了多种颜色，但它们都彼此类似，整体设计也就显得不那么五彩缤纷，也不会过于孩子气。

背景上的居中文本为设计增添了一丝宁静与平和。

类手写字体使设计充满活力。





- 居住地点是否也会影响设计？如果要为街角的一家小咖啡馆设计一份传单，你就应该好好思索一番，这家咖啡店究竟位于哪一片城区，目标受众的居住分布情况如何？
- 你的目标受众拥有哪些性格特征？目标受众偏于保守还是时尚？充满活力还是比较谨慎？不妨制作一张表，用一系列的形容词描绘该受众群体。
- 目标受众观赏你的设计的动机何在？目标受众是否应该或者希望获取某些讯息？目标受众因对某特定产品充满兴趣而从一般人中凸显出来，这能帮助你进一步得出某些结论。比如，我们可以认为，某位治疗师的客户基本上会对一些备选的治疗手段保持开朗的心态，他们更加愿意过一种充满健康意识的生活。

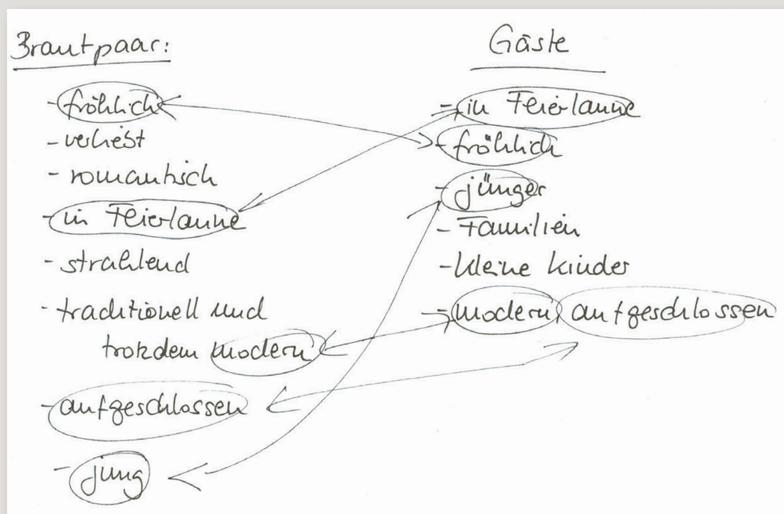
很多情况下都会出现多组目标受众。不妨找出这些特性中的交叉元素。

两组目标受众——如何应对？

正如我们在婚礼邀请函的案例中所见，有的时候，一份设计的目标受众不止一组。你是否会担心，无法凭借一份设计同时满足两组目标受众的需求？你大可放心：只要仔细观察，多数情况下，都能发现一种基本能协调两者的方案。不妨记录下邀请者描述的一系列形容词，接着记录下

两组目标受众

请回答上述问题，并依次逐步定义相关的目标受众。在表中记录下搜集的各种信息，然后找出那些交叉元素。



那些针对潜在宾客的形容词。你会发现，这两者间往往存在不少交叉元素，足以帮助你在设计中同时迎合所有参与者的喜好。

在何处看到你的设计？

如果你已经基本明确了自己设计的目标受众，那么接下来不妨想一想人们会在哪些情境下关注到你的作品。在这里，你必须尽可能地考虑到各种情况。读者可能会悠闲地坐在咖啡馆中并有大把的时间，他反正也是无聊，眼光正好逗留在了你设计并陈列在这家咖啡馆的传单上。你也可能需要设计一份海报，其对象仅仅是匆匆路过的行人，有的时候甚至观看的光线条件还很差。还有一些设计则被作为挨户投寄的印刷品而大量投放到邮箱中，这就要求作品能从其他为数众多的广告产品中脱颖而出。

你在设计的时候同样需要关注到这些阅读情境。虽然海报上的大型字体有助于老年人识别，但如果背景和文字之间缺乏足够的对比与反差，那么这份作品依然很难引起读者的关注，对于过路人尤其如此。

阅读情境

请务必留意人们观看你设计作品的地点和情境。左图中，人们只会在路过时短暂看一眼海报；右图中，读者会花大量时间安安静静地阅读一份杂志期刊。



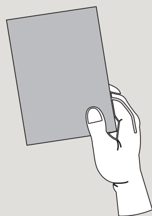


你不妨自问一下。

- 人们是否只在路过的时候顺便观看你的设计？如果是，那么引人注目就显得格外重要了。
- 你的设计会被摆放陈列？那么，或许它应当可以插入口袋并随身携带。此时，引人注目也十分关键。
- 你的设计没有被摆放陈列，而是被张贴悬挂？那么它并不会被人随身携

明信片

一家有机农场想通过明信片为自己作宣传推广。观众会被其设计所吸引并将该明信片插入口袋，这样就可以在回家后进一步细细阅读。因此，这张明信片可以包含一些重要信息。







各种颜色均是从这张图片中提取的。

此处，图片仅占据不足三分之一的版面。





这同样适用于海报设计吗？

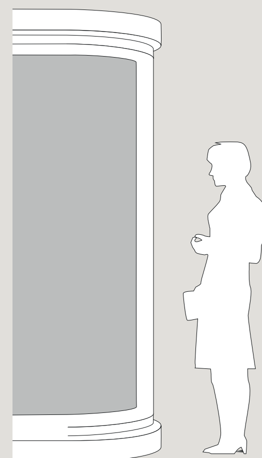
现在，你不妨设想一下，如果将同样的设计应用在海报中会是怎样？为什么照搬照抄没有效果？过路的人们会从多个不同的视角观看海报。因此，其在元素大小方面应能形成足够的反差，同时还应具备清晰易读的字体，亦不能含有过多的文字。

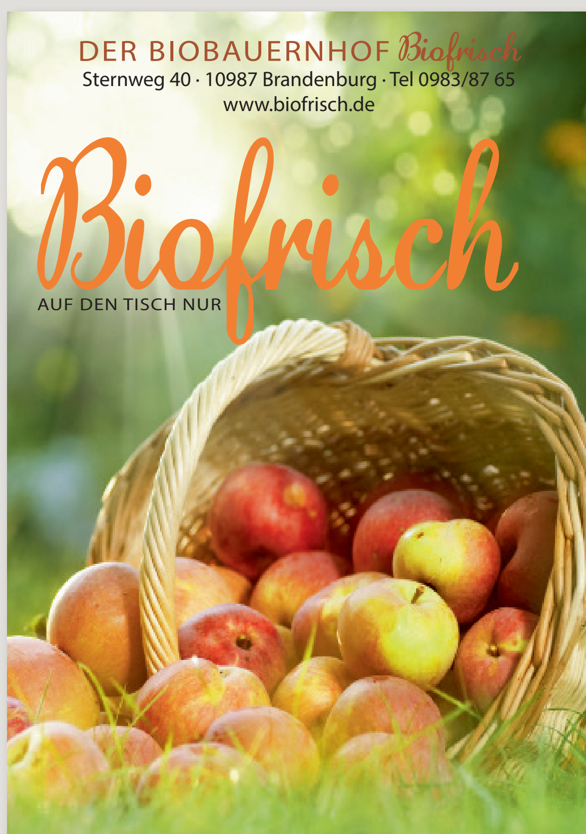
带，人们只是在路过时匆匆看一眼。即便在这种情况下，引人注目依然是最为重要的一点，因为你的受众是一些匆匆而过的路人，他们头脑里或许正想着一大堆别的东西，而你的目标在于赢得他们的关注。

- 如果人们只会在现场观赏你的设计：那么它足够明亮吗？或者是否可能存在光线条件较差的情况？此时，是否易于阅读，比如是否有足够的对比或者字体的大小就显得尤为重要了。

海报

在下面的海报案例中，图片占据了主导地位，设计者将文字缩减到最少，仅提供最为重要的信息。这些信息一目了然，观众能够快速注意到简明扼要的网址，他们可以在家进一步查阅相关的细节信息。





图片

图片不得包含过多的细节，主题不应包含过多观点。原则上讲，设计不含图片的海报是一个巨大的挑战，只有在少数情况下，我们才会推荐这种做法。



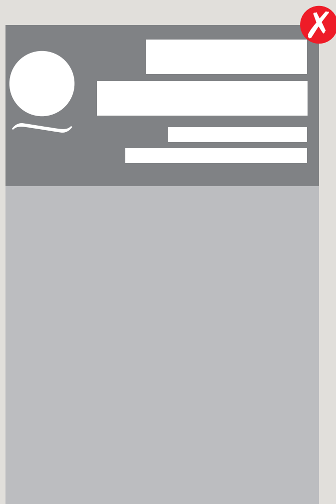
在海报上，建议图片占据三分之二的版面。

评估结果

你已经确定了目标受众，也找到了与之对应的一系列形容词，现在就可以将其分配给各个设计元素加以应用了。

在下面的案例中，一家高尔夫俱乐部通过一张海报为自己作宣传。人们在行走或者驾车路过时会看到这张海报，其中只有少数人会逗留并仔细观察，这种情况下，设计者应当使文字非常简练。于是，在这个案例中，设计者仅仅保留了俱乐部的名字、一个副标题以及网址。尽管如此，该设计方案仍有改进的余地，下一页展示了经过改良的设计方案。





未留空白区域

本设计上部区域的空白过少。字体和Logo过大，显得矮胖臃肿。



失败的配色

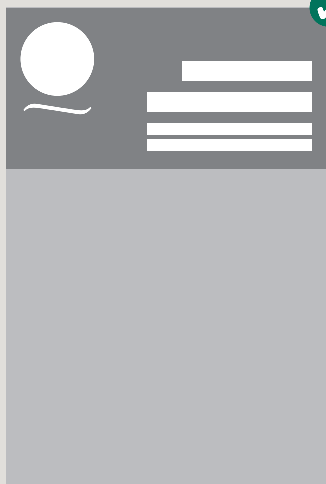
橙色和黄色通常被应用在以竞价优势为亮点的企业中，对于一家收取入会费以及月费的高尔夫俱乐部而言，这种配色是不恰当的。

第二种可选方案

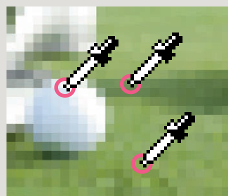
相较于第一个方案，第二个设计方案仅在颜色和字体方面有所差异。整张海报的三分之二，也就是图片的网格保持不变。尽管如此，海报的整体效果还是大不相同。此处采用了经典字体，显得保守得体，文字和Logo的大小得当，即便站在远处也能清晰可辨，同时这又在版面上留出了足够的空白区域，视觉效果更佳。

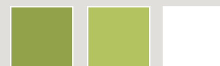
更多的空间

此方案在空间分配中明显留出了更多的空白区域。









该方案从图片中提取颜色，其中绿色代表了自然、健康和运动。



合适的字体

第一个方案中轻快的字体效果不佳，并不适用于高雅庄重的高尔夫运动者，这部分人士往往非常时尚，充满活力。此外，相较于空白区域，该字体显得过大。在改良后的设计方案中，设计者采用了清晰且时尚的字体，而较小的字体也使得版面更加清爽。

找到合适的设计

我们假设，你想要为一家电脑维修店设计一张卡片，这其实是大学附近的一家小商店。你已经就目标受众得出了以下结论：年轻、充满活力、男性、大学生、对技术充满兴趣、有好奇心。祝贺你！基于上述结论，你就有可能将自己的设计优化到最佳状态。

通常情况下，大学生手头并不宽裕，因此这张宣传卡片应该彰显出这家电脑维修店的价格优势和富有竞争力的维修服务，所以设计中采用了代表价廉物美的橙色来展示这两大特征，注意：这种颜色同时也有可能给人留下低质的印象。

DIE
COMPUTERWERKSTATT
Schönweg 14 (Nähe Uni) · 47543 Bonn

Reparatur >
Wartung >

WIR REPARIEREN MIT FESTPREISGARANTIE
98 76 98 11

Reparatur
- Reparatur von Hard- und Software
- Virenentfernung
- Wiederherstellung von gelöschten Daten auf Festplatten, Speicherkarten
- Sicherheitslücken schließen

Wartung
- Wartung von Hard- und Software
- Druckluftreinigung
- Lüfter kontrollieren, Netzteil messen
- Konfiguration von System- und Anwendersoftware
- Firewall

COMPUT
WERKSTA
Reparatu

这张广告宣传卡仅仅使用了一种字体，不过其表现形式，即所谓的式样各不相同，比如黑体、常规体、粗体等。

朴素而清晰

请选择一种时尚又清晰的字体，最好是一种易于分辨的字体，不含花里胡哨的装饰。整个设计朴素清晰，没有点缀，完全舍弃装饰性的元素。

“男性气息”的颜色

主导颜色能够给人清爽而沉稳的感觉，通常是被定义为男性颜色的绿色、黑色以及灰色。若是搭配使用橙色或者黄色，则会有不错的效果。



引人注目

目标受众已然明确。或许你也已经想好在设计中采用哪些色彩和图片。现在要做的就是令你的设计引人注目！但是怎样才能做到这一点呢？这一点对于传单、招贴布告以及宣传册而言尤为重要，因为它们很容易就会被大量类似的宣传品所淹没。我们每天都会被数量惊人的信息所淹没，在散步的时候看到一些宣传海报，在开车的路上听到不少广播广告，在家里又会坐在电视机前看到不少广告，即便在咖啡馆里也会陈列不少传单和明信片。面对潮水般涌来的信息刺激，我们的头脑中会形成一个过滤器，只有那些引发我们兴趣的信息才能顺利通过并给我们留下些清晰的印象。

你必须赢得读者的关注。







^ 铺天盖地的信息
我们每天都会被大量的印刷品所淹没。

如此看来，如果你想让自己的设计从众多其他的设计中脱颖而出并牢牢抓住观众的视线，你就不得不首先做到：赢得关注。你必须令观众的视线在你的作品上逗留。

要做到这一点并不容易，单纯将作品设计得更加五彩缤纷、篇幅更大或者声音更响并不算什么好主意，这往往只会适得其反。那么如何才能设计得更加细腻，同时达到期望的效果呢？你马上就会知道答案。

满足期望

想要令你的设计引起观众的关注，你应该在尽可能短的时间内激发他们的兴趣。这个时候，夺人眼球的信息或者吸睛元素会对你有所帮助。你的目标是，选用一种能够同时传达作品内容及主题思想的吸睛元素。



这类吸睛元素既可以是一幅图片，也可以是展开的文本行、一条简短的标语，抑或是一个装饰性的元素、一幅插图。你可以发挥自己无限的想象力。通过色彩的应用或者鲜明的对比，某个元素或许也能变得引人注目。原则上讲，最简单的方法是应用一张图片，当然前提是，你手头本来就有合适的图片，或者有预算可从大量的图片机构购买到合适的图片。不少图片都十分廉价，即便是个人也完全有能力购买。

^ 一个典型的吸睛元素
特价大甩卖往往会采用这类经典的、引入注目的元素作为宣传。

关键在于内容

在选用图片时请务必注意，其内容必须和设计的主题思想紧密相关。你可千万不要认为，使用带有半裸女人照的图片总能达成目的。你可以再回顾下电脑维修店的设计案例。或许你现在会问：为什么不呢？目标受众是既年轻又时尚的男性群体，一名裸女不正好是吸睛元素吗？当然我也同意，这确实很有可能在短时间内赢得观众的注意，但采用这幅图片的作品全然没有表达出设计旨在表达的主题，你在快速获得读者的关注之后，也会同样快速失去他们的关注。也就是说，你需要通过设计或者吸睛元素激发观众的特定期望并确保传达出特定的内容。这是你必须完成的任务。

吸睛元素应当与设计的内容相匹配。

信号刺激

在行为研究中，人们将某种特定的激发物称为信号刺激。与生俱来的信号刺激总是和特定的行为方式相互关联。然而，特定的刺激并不会自动引发某些人们无力主动干涉的特定行为。

在道德观念、传统文化的影响下，面对媒体发出的关键刺激，我们并不会丧失主观能动性而任其摆布。“出卖色相”可不会必然奏效。
不过，各种传统的信号刺激仍然会在广告中有所保留，它们将会攫取观众的注意力并被用作吸睛元素。性和情欲自然在此之列，不过带有眼睛或者小孩子及其特征的图片也同样吸睛。有一点是共通的：信号刺激是简单而明确的。

信号刺激——小孩子

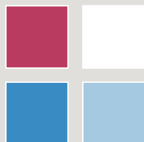
这是一张专为儿童门户网站设计的宣传用明信片，颇受人们喜爱的信号刺激（孩子的脸蛋）构成了这张图片的吸睛元素。



占据2/3版面

占据1/3版面

正确的比例分配：2/3与1/3



色彩选择

红色和蓝色是深受孩子们喜爱的两种颜色。整个设计并不过于五彩缤纷，也能迎合成年人的喜好。

信号刺激是万能的吗？

一张有孩子或者薄衣女郎的图片并不是万能的灵丹妙药。原因在于，信号刺激对于各种人群所起的作用并非一成不变。看到儿童渴求保护的眼神，女性的反应更为强烈，几乎赤裸的男性也会更加吸引女性的目光。你还要谨防信号刺激的使用过度，有调查显示，如果设计中含有过多的性元素，那么观众便会对其背后所要真正宣传推广的产品不知所云了。最后要说明一点，原创性至关重要。相较于风格雅致的元素，如果不是和主题内容相关，那么性和情欲就显得不那么富有原创性了。

如果有一系列的信号刺激和主题内容紧密相关，你不妨在其中搜索一番。为一间化妆工作室或者晒黑沙龙做设计，或者为按摩中心设计传单，那么采用裸露肌肤这个元素尽管算不上极富原创性，但至少还是非常合适的。不过你最好还是保持高雅的格调，“少即是多”往往是不变的准则。



Kitesurfen oder auch Kiteboarden ist ein junger Trendsport, der aus der Familie des Powerkiting entstanden ist, wobei man einen Kite (Lenkdrachen) für die Fortbewegung auf dem Wasser mit Hilfe eines Kiteboards verwendet.

Zwischen Himmel und Erde

Kitesurfing

Die Kitesurf-Ausrüstung besteht aus mehreren Teilen. Die drei wichtigsten bilden dabei das Board, die Bar mit den Steuerungs- und Sicherheitsleinen und der Kite selbst. Hier gibt es große Unterschiede in Bauart und Größe

Weltweit gibt es zurzeit nach Schätzungen von Experten und der Industrie ca. 500.000 Menschen, die diesen Sport regelmäßig betreiben. Die Anzahl der Kitesurfer hat in den letzten Jahren rapide zugenommen, zumal dieser Wassersport leichter zu erlernen ist, als z.B. Windsurfen und gleichzeitig im Vergleich dazu die Ausrüstung günstiger und kompakter ist. Abgesehen davon, ermöglicht kein anderer Wassersport eine so umfangreiche Vielfalt an Sprüngen und Tricks.
In den letzten Jahren hat sich die Ausrüstung, was das Thema Sicherheit betrifft, stark verbessert. Sämtliche Kitehersteller haben ihre Produkte mit umfassenden Sicherheitssystemen ausgestattet, bzw. noch weiter verbessert, was zu einer deutlichen Reduzierung des Gefahrenpotenzials geführt hat. Experten raten daher ab, Kite- und Barsysteme zu benutzen, die vor dem Jahr 2006 erschienen sind, da die signifikanteste Sicherheitsentwicklung erst zu dieser Zeit stattfand.

In den 1820er Jahren experimentierte der englische Lehrer George Pocock mit großen Lenkdrachen, um damit Kutschen und kleine Boote anzutreiben. Zum Steuern verwendete er ein 4-Leinen System, welches dem heutzutage beim Kitesurfen verwendeten schon sehr nahe kam. Sowohl die Kutschen als auch die Schiffe konnten somit nach Lee fahren, dazu parallel und kleine Sprünge absolvieren.[1] Pococks Absicht war es, das von ihm „Charvolant“ genannte System als echte Alternative zu Pferden zu etablieren, um somit die zu seiner Zeit übliche „Pferdesteuer“ zu umgehen.

In den 80er Jahren fanden u.a. in Schweden Versuche, Kanus, Schlittschuhläufer, Skifahrer,[6] Wasserskifahrer und Rollschuhfahrer mit Lenkdrachen anzutreiben.[2]

上述案例中，你能在某杂志的双页设计中一眼看到某篇文章的标题。

“反正我已经拥有了关注度”

你或许会说：“引人注目？”我根本不需要。我是在我们的网球俱乐部设计一份协会报刊，反正也只有这个俱乐部的会员会阅读这份刊物。“这种情况下，我在一定程度上同意你的说法。对于设计者而言，要想获得读者的关注，相较于为某场活动或者某位绘画大师设计宣传明信片而言，为指定目标受众设计作品就要简单得多。你在设计过程中无须时时考虑竞争者，因为根本不存在竞争者。”



请将吸睛元素设置在版面的上半部分。

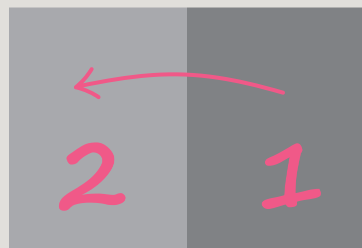
漂亮的细节：插图注解的右边缘借助图片中的斜线形成了一个坡度。

色彩

作为标题背景的橙色源于左页图片中的伞，从视觉效应上讲，这能使观众感到舒服，也能令双页设计显得更加和谐。

先看右侧

调查显示，观众的视线往往会首先落在右侧页面上——鉴于此，设计时应当特别突出表现左侧页。在上述案例中，Kitesurfing（风筝冲浪）这个标题作为吸睛元素富有格调，紧接着会将观众的视线引导到左侧页的图片上。



尽管如此，我还是认为，如果你设计了一份无人愿意阅读的协会报刊，那么你并不会为这个作品而感到高兴。原因在于，人们阅读或者翻阅一份报纸的兴趣不仅取决于它所传达的信息，也和其外在表现息息相关。一份设计即便含有非常有用的信息，如果缺乏漂亮的视觉表现，往往也无法激发读者的兴趣。

如果你不想下一期报刊在协会中遭受冷落，那么请务必在每一项设计中都重视三部曲中的第二步。只有你充分关注了这一步，人们才会关注设计。

请充分利用好观众情感依恋与购买行为之间的这种关联。

富有情感的设计作品

一个好的吸睛元素往往能够激发观众的情感——观众会感到惊喜，觉得自己获得了认可，也会对所展示的作品产生共鸣。一旦在情感上拉近了观众和这个产品的距离，甚至有可能增加他们的购买意愿！请在设计中不断尝试着去激发观众的某种情感。



对于吸睛元素而言，单纯漂亮而不具说服力还远远不够。

信息松散，没有一定的结构。

设计改进之前——缺乏吸睛元素，情感融入不足

某家宾馆设计的这张明信片应该减少呈现给观众的信息量，与此同时，设计者还应获取读者的关注。在该版本的设计中，这一点做得很失败。这张明信片尽管也以图片的形式设置了吸睛元素，但是人们很难理解其所传达的信息，而且读者的视线也会很快发生挪移。



设计改进之后——带有很多细腻的情感

改进后的版本中，吸睛元素发生了改变，观众的视线会自然而然地落在Genieβen（享受）这个词汇上。

吸睛元素。







虽然图片往往扮演着重要的角色，但设计者将其从中间挪向了右边，更加起到一种装饰性的作用。

通过不同的字体大小对文本加以清晰的划分，读者能够立即领会海报所要表达的内容：请在兰德堡宾馆（Hotel Landburg）中尽情享受。

有的时候，观看一张照片或者倾听一首歌曲就足以激发观众的某种特定情感。这张图片展示了日落时分的海滩，令人感到幸福愉悦。即便观众并不知道这片海滩位于哪里，但它依然能够令人回想起自己的假日和当时的幸福感受以及轻松愉快的心情。同样地，如果再次听到一首曾在人生不如意之时听过的歌曲，就会立即勾起听者有关那段不快乐时光的回忆，这时快要愈合的伤口就会被重新揭开。对事物有意或者无意的感知都会激发人们内心的情感。如果你能注意到这个事实，那将会对你的设计有所帮助。



带有情感效应的肌肤

本案例中，设计者将图片作为吸睛元素来使用。展示人体肌肤的插图和儿童插图一样，也能激发人们强烈的情感。这张广告中仅仅提到了润肤霜的名称及其标语，毫无多余之物。然而，这类只含少量信息的广告仅仅适用于那些名牌产品。

重复出现的形状：Logo和脊背。



有限的可能性

当然，我们面临的可能性是有限的。我们很难影响观众在面对我们的设计作品时心里所产生的情感类型。同一设计可能会激发观众内心不同的情感种类，我们很难加以左右。观众的过往经历往往有所差异，同一张冬日里搭乘马车游行的图片既可能令某位观众回忆起自己去年冬天的浪漫旅程，也可能使另一位观众感到不悦，因为他在去年冬天的雪地里被冻伤了。此外，激发观众情感的刺激也并非普遍通用。即便抛开个人经历的因素，所有顾客面对相同的情感刺激时，其感知程度也会有所差别。

消极的情感

人们所被激发出来的情感并非总是积极正面的。更为重要的是，设计要富有针对性地激发出观众的情感。作为一名设计者，你并不需要在每份设计中都激发出观众的积极情感，而是应该根据不同的设计目的，激发出观众内心相应的情感。

我们希望通过设计激发观众的情感，这种情感并不非得是积极正面的，但应当是有针对性的。

利用一名患病儿童号召人们接种疫苗，这样一个标题会令家长感到担忧，从而激发出他们诸如害怕以及忧虑不安的消极情感，不过与此同时，这也会令观众有兴趣进一步了解这个话题，他们会对此主题展开深入研究。

保持高雅格调，避免错觉和假象

广告拥有自己的法则和风格。夸张是其惯用的手法，广告往往会具有针对性地迎合诸如虚荣、妒忌以及贪婪这样的性格特征。即便禁止在广告中承诺虚假事实或者进行故意欺骗，但广告仍然会对真相加以修饰。广告往往和现实并不一致，这就会对诸如儿童这样的特定群体造成巨大的伤害。请你在寻觅构思或者试图激发观众情感的时候务必考虑到这一点。即便“仅仅”是为私人进行设计，你也不能为了目的而不择手段。不妨自问一下，你的构思是否有可能伤害他人的情感，或者你的构思是否能在道德层面站得住脚，当然还有，你设计的主题思想是否符合事实。

优美雅致而富有情感

这款新型香水应具有优雅而不失野性探索的风格。正统得体的色彩、经过亮化处理的图片以及标题的字体都彰显出其必不可少的优雅风范，瓶身的设计同样传递出这样的讯息。

狩猎远征

图片的内容以及大地色系散发出探险和徒步远征的气息。



如果为附近的一家电脑维修店或者咖啡馆设计传单，为了避免出现不必要的麻烦，请务必不要使用诸如“本街区奶味最浓的咖啡”或者“最快捷的硬盘服务”这样的字眼，也不做出诸如“你绝对从未品尝过这样美味的咖啡”这样的承诺——除非你能从客观上证明自己的陈述，可是就评价一杯咖啡的口感和绵柔程度而言，这几乎是不可能做到的。如果做出此番陈述的是客户本人，而不是你，那么你也最好提醒他注意，这种描述有可能会招致不快或者带来麻烦，应当加以避免。

边缘对齐

请务必注意，尽管表现了探险和荒野的元素，但是视觉上还是要做到轴线对齐。

色彩

这款香水令人联想到探险和自然，因此可以选择富含自然气息的大地色系以及和瓶身颜色相匹配的绿色。





通过重复出现增强表现力

瓶身上的文字在广告上方作为标题再现，下方同样也有呈现。这种设计方法令整个广告设计显得很专业。

香水名称的字体在本广告中反复出现。

比较式的广告

为了更好地向消费者传达本产品的优点，设计者可以采用比较式的广告。如果观众能从客观上理解广告中的推论，那么甚至还可以在广告中作出比价。

情感式的广告

有些广告旨在激发出消费者对产品基于理性的兴趣，与之相反，情感式的广告会激发观众诸如忧虑以及希望这样的情感，比如说“凡是购买或消费此产品的人，将会拥有朋友，受人欢迎，富于性感，拥有娇嫩的肌肤”等等。

[误导性的广告]

根据反不正当竞争法的规定，广告必须真实。如有10%~15%的观众误解了广告的含义，那么这则广告就被视为具有误导性。此外，仅在消费者能够识别这种误导信息的前提下，广告才能含有适度的夸张成分。

情感式的吸睛元素

吸睛元素往往由一些不同寻常以及特别显眼的设计元素组成。这个设计元素通常是一幅图片或者一张摄影照片，它应该表达出一部分设计内容。我们不妨回顾下那个经典设计——一份婚礼邀请函通常含有戒指、双手或者诸如白鸽这样的以及其他象征婚礼的符号。此时，人们并不希望实验性地采用一些不同寻常或者出乎意料的吸睛元素。

不过，如果是为一名金匠设计传单，那么在设计吸睛元素时就有更多自由发挥的空间了。一张不同寻常的照片，一种对于金丝编织装饰艺术而言不太典型的字体，或者一种耀眼的颜色，都能成为一个成功的吸睛元素。

最为重要的信息

不知你是否听过这样一句谚语："只见树木，不见森林。"其含义是，尽管一些非常明显的事物近在眼前，人们有时还是会对其视而不见，其原因在于缺乏一个全景式的概貌。不过，在很多设计中，大量的信息争先恐后地抢占风头，观众根本不可能获得一个全景式的概貌。也就是说，设计者无法就重要的信息做出判断。这就导致在一份设计中，诸多信息大小一致，颜色相同，而且结构松散，毫无规则。观众不知道应把视线投向何处，而只能非常疲劳地逐一读完所有信息，心中期望着其中能够含有自己需要的内容。

何谓重要？

自问一下设计的目的何在，这能帮助你筛选出相关的信息。

开始设计工作之前，请务必明确一点，何谓重要信息。如果你的设计委托者对此犹豫不决，不妨思考一下设计产品的用途和目的。一张名片上最重要的信息往往是姓名，可能还包括职务；对于音乐会的宣传海报而言，乐队名称以及演出地点和日期是最为重要的信息；在清仓大甩卖的广告中，人们应该一眼就能看到降价幅度以及活动的地点和日期。每个设计都有属于自己的重要内容，设计者应当确保观众能在第一时间抓住这些要点。

重要的信息

在这张名片中，设计者已然意识到何谓重要信息，即姓名和职业，无论是在空间布局上，还是在字体选择上，这两条信息和其他信息都有所区分。可能尽管如此，你还是觉得自己的眼光会首先落在左侧不太重要的地址信息上，这或许也是因为，左侧空间要比右侧仅仅含有两行的文字区域更大。

背景图片和职业不太匹配，而且也与表达的内容无关。



虽然姓名和职业采用了略粗的字体，可尽管如此，版面依然无法突出最为重要的信息。

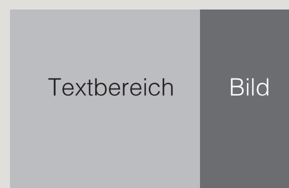
更好的划分

第二版设计更加突出表现了姓名和职业。毫无疑问，这几行文字在整个版面中最为重要。然而，并无必要对文本块作出空间上的划分，整体效果甚至比之前的版本更为紧凑。采用相应风格的胶卷条作为装饰元素对整个设计起到了润色的作用。

明显的层次区分。



将胶卷条作为背景图片，这与导演这一职业相吻合。



将整个区域按照1/3与2/3的比例进行划分，这使版面设计显得非常和谐。

第二眼看到的信息

好的设计可远远不止信息的逐行排列那么简单。你想借助设计作品传达给读者什么信息，对此你必须做到心中有数。什么是重要信息，什么内容必须让读者一眼或者第二眼就能看到？一眼就能看到的东西就是所谓的吸睛元素，那么之后呢？什么才是真正重要的内容，又有哪些信息属于次重要的内容？如果你已对此有了答案，那就可以认为，自己的设计已经成功地向观众传达了其所要表达的信息。

信息过多?

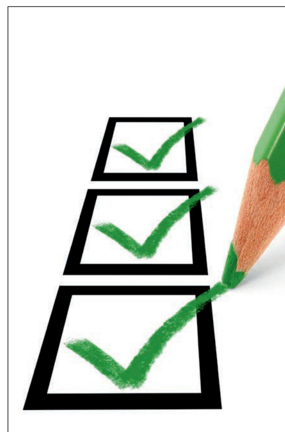
对于该项目而言，你从客户处获取的所有信息是否真得都必不可少?不必要的信息会令读者感到迷惘和不知所措，他们的兴趣也会很快随之减少。

信息筛选

你要敢于提问，眼前的所有信息是否都应呈现在设计中？恰恰那些私人的设计委托者总是倾向于呈现一些不合适也不重要的信息。







你的朋友们会拜托你设计一份邀请函，或者一个自主创业的熟人会恳请你帮助设计一张明信片，他们有的时候会和你特别亲近，于是便会急不可耐地告诉你他们的想法，并以这种方式误导你草率地将一些既不必要又不合适的信息融入设计。请你自问，也反问一下设计委托者，观众究竟能从这些信息中提取些什么有用的东西？请记住，设计中包含的信息必须具有明确的效用。

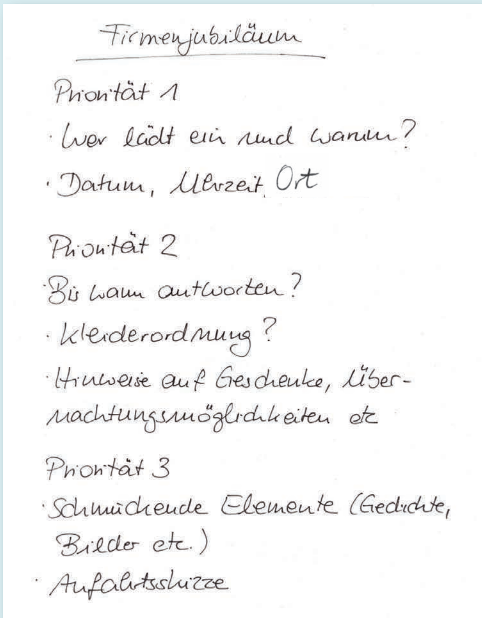
设置重要等级

好吧，你现在的任务是确定各个信息的重要等级。那么实际操作中该怎样进行呢？我们不妨拿某个公司的周年庆典活动作为案例，其最为重要的信息是日期、时间、活动地点以及邀请方。此外，宣传内容中也必须提及庆贺的原因，是几周年的庆典以及受庆贺者都有谁。

至于邀请方希望被邀者在指定日期赴约并同时告知出席人数，这条信息的重要性就略低一些。可能设计中还包括一些装饰性的插图元素，或者诸如一首诗歌、一个愿望、一名礼物领取联系人和一些相关的着装要求、住宿方案或者抵达路线这类信息。

请针对内容设置重要性等级，然后根据相应等级对各种信息进行设计。

当然，这些信息都属于邀请函的内容，但其重要等级各不相同。为了方便概览，我们给出了三个重要性等级，不过你并不一定需要区分等级2和等级3中的内容。



信息的捆绑

在左侧的列表中，你可以看到，我不仅设置了重要等级，还同时对各种信息进行了捆绑。我特意未对每条信息进行单独的连续编号，而是将其捆绑成组。

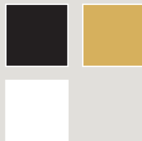
正如之前所述，就这个案例而言，将信息分成两组就已足够，不过也可以增加第三组。超过三组信息就没有什么意义了，这不仅无法使读者一目了然地获取概况，反倒有可能令其感到不知所措。

划分

信息分组是观众感知到多条信息的前提。只要稍微想象一下信息不分组的情况，你就能知道我指的是什么了：我们在邀请函中共有9条信息，并已从1~9对其依次编号。每条信息的重要程度都不相同。严格来说，我们必须对这九条信息进行各不相同的设计，并且将其分开放置，这样一来，尽管遵从了信息的重要等级，但结果显然将是一团糟。由此看来，单单确定各条信息的重要性还远远不够——同样重要的是，将重要

含有信息组的音乐会宣传单

下面是一张含有一些文本信息的音乐会宣传单。该设计中，富有逻辑的信息分组尤为重要。



色彩

金色搭配黑白色使设计显得优美高雅，同时也让读者感到版面很清晰，能够一目了然。

LIVE IN DER PHILHARMONIE BERLIN

BARBARA SENGELA

Barbara Sengela ist eine Ausnahmekünstlerin auf dem steilen Weg nach oben. Ihr Debütalbum „Grand Metier“ hat sich millionenfach verkauft. Sie gehört zum Kreis der Spitzensolistinnen an der Violine und auf dem Cello, ihre Künste am Flügel sind unvergleichbar, und ihre Stimme verleiht Gänsehaut.

DIE KLASSIK-DEUTSCHLANDTOUR 2013

15. JANUAR 2013 · 20 UHR · PHILHARMONIE

程度相似的各条信息归为一组并进行划分。从设计者的视角出发，限制信息组的数目，这一做法极为重要，这也有利于观众的理解。

你可以始终尝试着找到至少两组信息，考虑到项目规模的不同，信息组数目并没有明确的上限。比如说，一本120页的杂志就可能含有数量极其庞大且重要程度各不相同的信息组。不过多数情况下，为了令读者一目了然地获得概况，三至四个信息组就已经足够了。

把相关的信息放置在一起或者整合为一体，这样你就可以实现信息的分组。



两组信息

最为重要的信息是艺术家的姓名和演出时间，这两条信息都用金色来呈现。白色的文本构成了第二个信息组。



相同的文体手法

左侧图例中突出显示的两块信息并不属于同一信息组，但是出于设计的考量，它们拥有相同的文体手法——文本的上下方各有一条横线。这种重复出现的文体手法确保了设计风格的统一性。

实践中的信息归组

我们的任务是为一名DJ设计一张名片，名片内容仅包含少数几行文字：音乐风格、DJ姓名及电话号码这些最为重要的信息。

1. 文本的分配

作为第一步，我们首先只需在卡片上分配文本内容。这种分配很有用处——你原先可能希望将整个空间全部填满，但是原则上讲，你需要舍弃这种想法。留白空间有其自身的作用，当然前提是，你选择了正确的地方加以留白。

缺乏主题思想

这张名片的设计中没有表现出任何一种主题，为一名保险代理人设计名片也会遇到同样的问题。字体不够特别，版面中既没有典型的色彩，也没有主题内容或者图片。

Tel 0254.698745

DJ Bo

BACK IN TOWN

hip house, trance, techno
house, drum & base, acid
jazz, grunge, melodic punk

空白区域

右侧留白的做法不太妥当，人们很快会将其视为一块突兀的留白，与之相反，我们在案例中采用左侧留白的做法就显得大方得体且令人舒适。我们对这种空间上的整体布局感到很满意。






2. 字体和宽度

第二步，我们要另选一种不太常用的字体。这种字体显得与众不同、富有时尚感而且还可以引人注目。你会发现，“DJ”中的字母“J”不再像之前那样向下凸出，我们也就可以将“BACK IN TOWN”这行文字上挪，使其更加靠近姓名。



缩减文本的行间距。



我们在介绍音乐风格的文本块之间增加了斜线，对其加以划分，又在左侧的电话号码外加了一个括号。

除电话号码以外的每行文字保持同宽，此外进一步微调了空间的划分，这样一来，边缘和线条就显得整齐有序。

3. 装饰性的元素和色彩

作为一名DJ，在其名片上展示什么元素才能和他的职业相匹配呢？他的工作用具，比如说光盘或者唱片？我们在此选用了一张唱片并将其置于名片的左下方，同时调亮的色彩使其更加明快。此外，我们还在右上方插入了一张唱片的细边轮廓。





我们提取了唱片内部区域的蓝色，并将其作为DJ姓名的颜色，将文本的其余部分设计为灰色。

4. 色斑

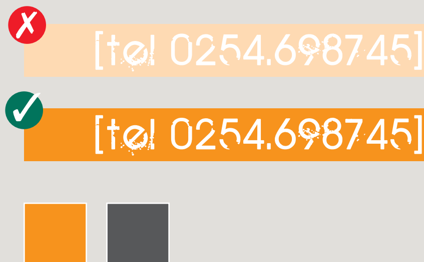
最后，我们要利用一些色斑为设计润色，这些色斑呈现同样的蓝色，只不过透明度较高。此外，我们还将电话号码设置为白色并将其置于蓝色条块上方，这能使该信息更为醒目。



5. 可选方案

唱片内部区域为蓝色，因此这种蓝色也很适合作为基色。同样，橙色或者其他某种更为强烈而鲜明的色彩也适用于此，但请务必注意，该颜色的亮度不能太高，否则，人们就无法清晰辨认置于其之上的电话号码了。





第二章　熟悉并利用各种手法

设计的基础和技术

你已经找到了目标受众，明确了最为重要的信息，甚至可能已经选好了吸睛元素，现在就可以开始着手设计啦。这个过程中需要注意遵守哪些规则，应用哪些技术，本章将就此进行阐述。

在设计中拥有一个构思和一种感觉极为重要，但这还远远不够，精湛纯熟的技艺也必不可少。我在这里指的并不是计算机软件的应用，而是一些非常简单的基本规则，遵循了这些规则就能令设计清晰易读，充满趣味，并赋予其一定的专业性，也能令观众感到赏心悦目。正因如此，你将在本章中学到各种非常具体的设计手法，以此实现成功的设计。我们将进一步探讨有关设计的方方面面，即空间、设计线条、图片、字体和色彩。

页面格式和留白区域

[留白区域]
在设计及凸版印刷中，页面中未印制内容的区域被称为留白区域或空白区域，可以说，它犹如一座宁静的小岛。空白区域并不必然是白色的，背景为彩色的一块区域也可成为留白区域。

页面格式是设计中一种固定的尺寸大小。它将确定一片区域，你必须在其范围内进行设计并布局各种对象。你可以自行确定页面格式，或者也可以直接套用标准尺寸。不过，在开始论述真正的格式，也就是宽度和高度的尺寸之前，我们先要谈一谈页面上的“空间”问题。设计中存在着各式各样的空间，空白或占满的，白色或彩色的，明亮或深暗的，大或小的。其中，我们对空白的空间尤其感兴趣，它也被称为留白区域。

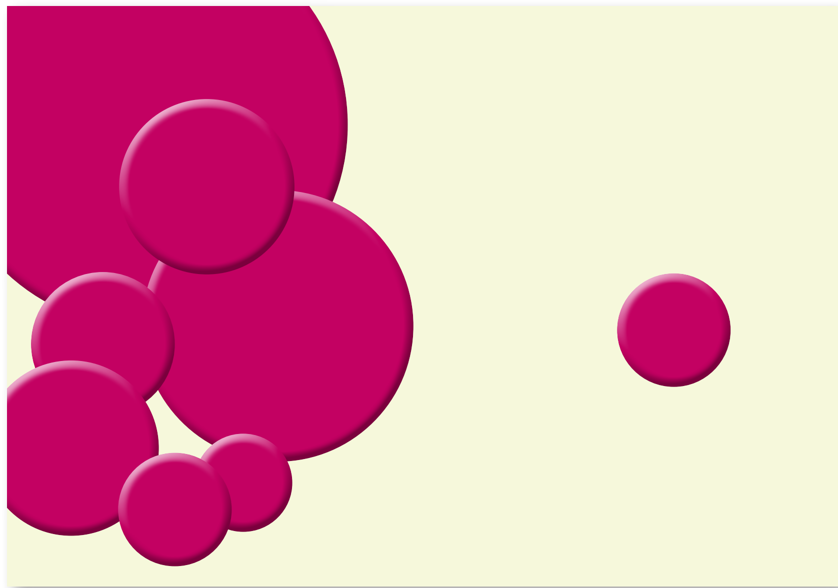
留白区域是最为宝贵的设计元素之一，部分设计师甚至认为，它堪称是每个设计的秘方。不管怎样，留白的效果毋庸置疑，但倘若将其用错了地方，它也可能会令人感觉很突兀。正因如此，不少设计的初学者都对留白抱有敬畏之心。

留白区域为何有效？

通过空白或者留白实现某种类型的空无会产生不凡的效果，设计领域之外亦是如此。不妨想象一个房间，其中只有一把椅子和一张桌子，再无别的东西。很自然的，你会特别关注这把椅子和这张桌子。反之，如果将一个小房间布置得满满当当，那么你就很难感知到这把椅子和这张桌子的存在了，甚至还会视而不见。然而，桌椅之所以能够赢得你的关注，并不是因为没有什么东西可以将其取而代之，而是因为留白区域将其区分和隔离了出来。

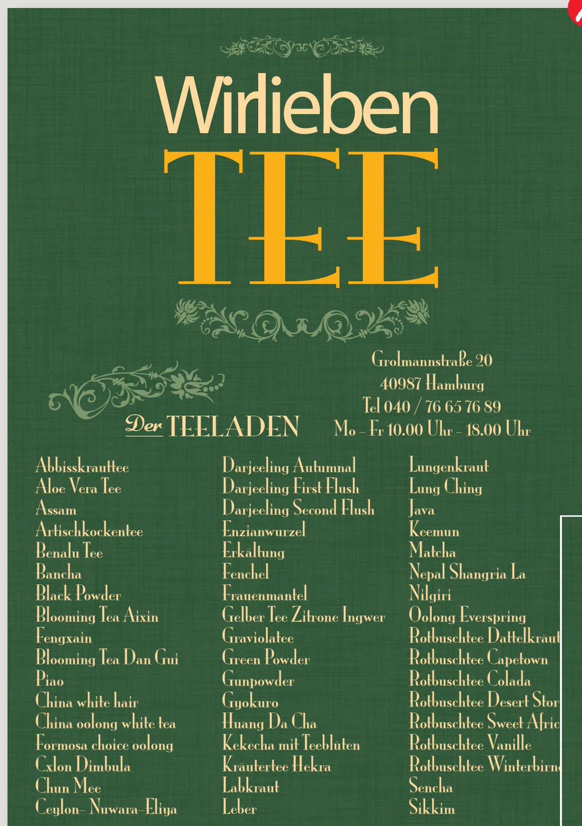
再举一个例子：不妨想象有一组人，他们彼此紧挨着站在一起，其中只有一个人距离他们两步之远。视这些人的站立方式以及个人与小组之间关系的不同，观众会认为这个人被隔离出来或者他拥有某种极为特殊的、突出的地位。无论是上述哪种情况：个人和小组之间的留白区域都将会获得读者特别的关注，它会令观众聚精会神。将这个案例挪用到设计领域就意味着：那些被设计者从空间上隔离出来的信息可以获取更多的关注，并激发读者特别的兴趣。

留白区域可以赢得关注，并激发读者特别的兴趣。



关注

左图案例中，右侧的小圆圈在空间布局上远离其他元素，因而可以获得更多的关注。





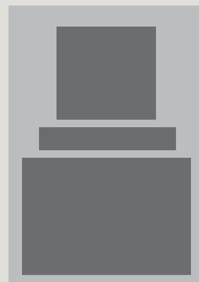
过于靠近纸张边缘。

行间距过小。

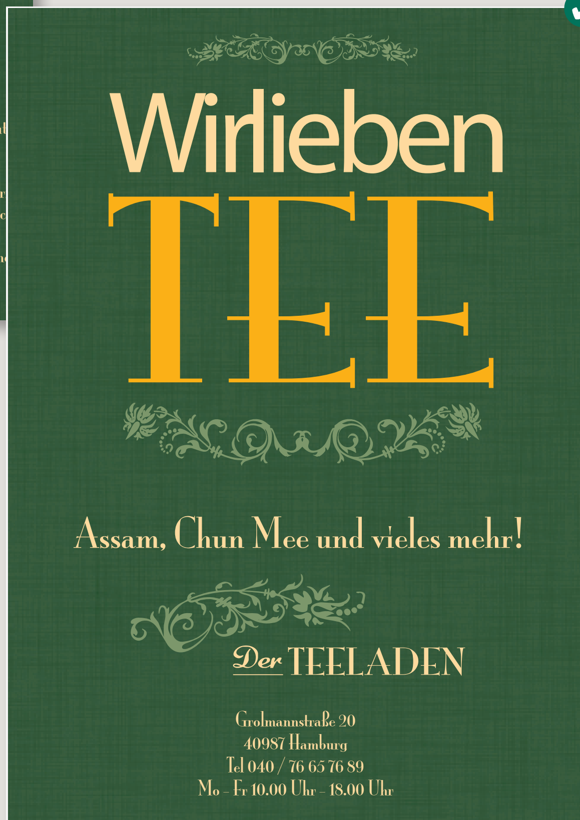
空间过少，文字过多

在第一版设计中，设计者野心勃勃地想要将这家茶叶店所有的茶叶种类都放到这张宣传单上。结果却并不讨好，反倒会令观众感到信息过多而茫然无措。

店名不够醒目，整个页面塞满了各种信息。







商店名称“茶叶店”要比原先更大，尽管如此，依然保留了足够的空白区域。

内容较少，留白更多

改进后的版本中，设计者不再逐一列举信息。这份设计更加井井有条，也会令人感到更加舒服。

为了增加可读性而留白

你自己也一定能感觉到：充斥着各种信息的小纸条，无论是自己写的，还是作为广告投放在邮箱中的，都会让你感到极其混乱，这不会受到读者的喜欢，而拥有留白区域的设计往往更加清晰易读，也更加井然有序。

留白区域能有效划分信息并提高设计的可读性。

为了赢得关注而留白

你还记得我们在第一章中描述的三部曲中的一步——“最为重要的信息”吗？为了帮助读者一眼抓住核心内容，你应该突出表现最为重要的信息。不妨回忆下我们说过的那个情境：一组人和站在稍远处的一个人。我们为什么不在设计中充分利用留白区域的独特效果呢？为了吸引读者关注，你不必总是求助于耀眼的颜色和硕大的字体，只要充分留白，一份保守的设计也同样能够引人注目。这在设计实践中就意味着，为了凸显周围的重要信息，你必须充分留白。

[对比]

此外，为了能够让观众读到某些信息，留白区域是一个必不可少的元素。因为只有通过黑白对比，印制区和非印制区的对照，你才能辨识一个字母。

为了划分信息而留白

我们在第一章中已经了解到，对于任何一项设计，信息的划分都必不可少。你可以采用各种不同的方式划分信息，比如说不同大小的字体，但也要注意，不能选用过多不同大小的字体，否则反倒会显得比较凌乱。另外，你也可以通过色彩划分信息，但这很快就会受到局限。一方面，颜色并不必然能够突显出信息的重要性；另一方面，整个设计很快会因此变得过于五彩缤纷。与之相反，利用留白区域作为划分元素则普遍适用而几乎不会受到限制。

为了划分信息，你需要在不同的信息组之间留出一定的空间。或许你会说，这不是不言自明的吗？太好了，看来你已经充分领会了留白区域的价值。但也请你注意，不要留白过大，也不要过于频繁地使用留白的手法，否则，留白就会失去其应有的效用，设计又会重新变得杂乱无章，只有适度留白才能令你的作品出众。

[分组]

你不妨在信纸上的地址信息和银行账户信息之间留白，这能帮助读者注意到每个信息组。

留白显得富有品味

你的设计中留白很多而文字很少？你完全可以为此感到高兴，因为此时你能享有一种优越感。恰恰是在私人或者半专业领域，人们才会反其道而行之。大尺寸设计的印制成本和纸张成本更高，而且邮寄费用



内页

增加内页中的花朵装饰图案的亮度，这能使整个版面显得不那么满。

较多的留白。



两种颜色就已足够。



结婚喜帖

结婚喜帖的正面大量留白会使其显得格调高雅、矜持得体。内页中尽管含有较多文字，但依然在设计中保留了足够的空白区域，这与标题相匹配而且显得较为轻松。

Gelungene 字体组合

也可能更高，因此其比小尺寸设计更加昂贵。正因如此，很多人往往都会选用较小的尺寸或者较少的页数，但所有信息不得不挤压在一起。如果你拥有的空间足够大就能设置留白，这不仅有助于内容的划分，也能更加方便你运用好留白这一手法。这样一来，你的设计也就会显得极其优雅了。

优雅而美观

运用留白手法时，你应该视设计意欲传达的意境而选用合适大小的留白。对于一份简约而传统的设计，较多的留白区域能令你的设计显得高贵典雅，如能进一步采用手工纸或者其他某种高雅的天然纸张印制，甚至在局部进行压印，那么效果就更佳了，但是这种设计对于孩子的生日邀请函而言就没有什么意义了。

产品目录中的留白区域

家具产品目录的双页设计同样含有较多的留白，这与优雅而美观的家具产品极为匹配。

也就是说，在为某个高雅且富有审美情调的印制品进行设计时，你应当设置足够的留白。如果事实恰好相反，你就应该和设计委托者进行协商，看看是否有可能去除某些信息。倘若这也不可行，那么你作为设计者其实已经可以预见到，版面中只能剩下为数不多的留白了，即便如此，你还是应当考虑一下，是否有可能选择一种较大的格式尺寸或者将其设计为多页。

确定留白的位置

留白区域是能令设计作品显得优雅，还是只能成为一个破洞似的败笔，这首先取决于留白的位置。在确定留白区域的位置时有一个基本法则：在右侧和下方留白会显得不太美观，因为这样一来，留白就被置于内容“之后”，观众会觉得“好吧，文字部分已经结束了？”，于是便将其视为一块突兀的留白。此外，整个设计也会很快因此失去平衡感，如果右侧和下方空白的话，重心就会向左侧倾斜。

较多的留白能够彰显设计的优雅。

[价格差异]

视最初所选格式的不同，有的时候，加大尺寸或者增加页数可能只需额外支付极其微薄的附加费用。无论如何，你总是可以询问一下。

相反，如果你在左侧或者上方留白，也就是在内容“之前”留白，这块留白区域就能起到间歇和短暂停顿的作用，在关注内容之前，读者的目光会首先落在那里。

空间的划分

请避免采用折中的方法，即将空间对半分配。从设计角度看，对半均分空间往往不是正确的做法。不妨回想下第一章中的案例，然后请你自行决策！比如说，你可以按照1/3与2/3的比例划分整个空间，或者如想进一步探索和遵循设计界的法则，那么你也可以采用黄金分割比例。很好地运用这种分割比例有助于获得一种和谐的空间划分效果，我们将在下一节中对此作详细阐述。

将空间一分为二时不应对半均分，不仅如此，在对整个空间和文字进行布局时也应该避免折中的做法。不妨假设，你正在为一家企业的圣诞庆典设计一份招贴布告，版面上有一个文字块和大量的空间。从垂直方向看，你不能将文字块放在正当中的位置。更好的做法是，令其占据版面

倾斜的设计

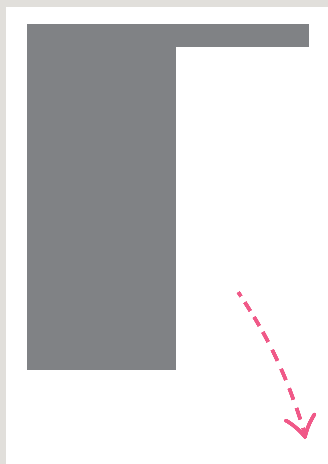
右侧与下方的留白区域看上去很突兀，观众会因此觉得设计发生了倾斜。



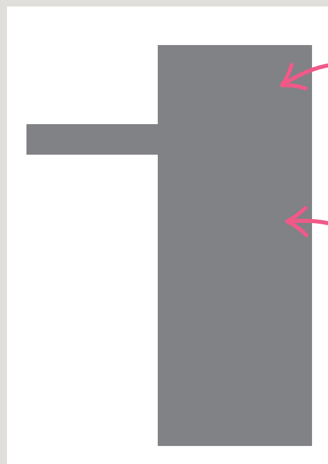


均衡的布局

这版设计中，留白区域主要移至了上方和左侧，这样一来，观众就不再会觉得它很突兀，这种留白增添了设计的优雅感。



内容位于左侧和上方：设计向右侧倾斜。



上方的文本块显得稳重。

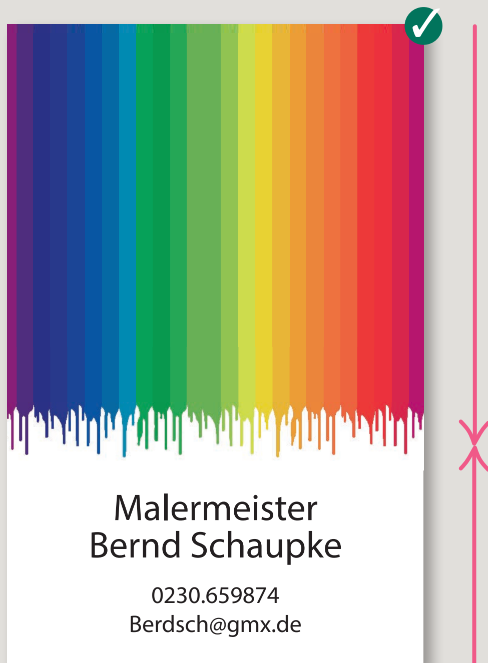
内容位于右侧：设计显得均衡。





对半均分效果不佳

按照1:1的比例均分空间效果并不理想，更好的做法是将空间三等分。



效果更佳

图片占据三分之二空间，文本占据三分之一空间——这种空间划分比较和谐。



按照1:2的比例划分空间往往比对半均分更能激发观众的兴趣。

中三分之一的空间，其余部分占据剩下的三分之二空间。你还需在设计中考虑到，最好将空白区域布置在文字的上方，如果反之将其布置在文字下方的话，观众很容易就会觉得这是一块多余的令人感觉突兀的留白。视具体内容不同，你也可以反过来做：增加信息部分的版面，使其占据版面三分之二的空间，而留白区域或彩色的背景区占据版面三分之一的空间。



视觉上给人感觉很突兀。

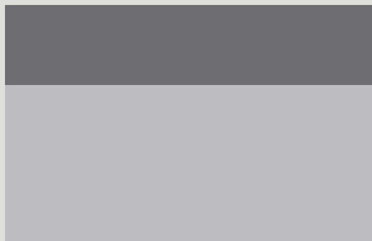
避免对半均分

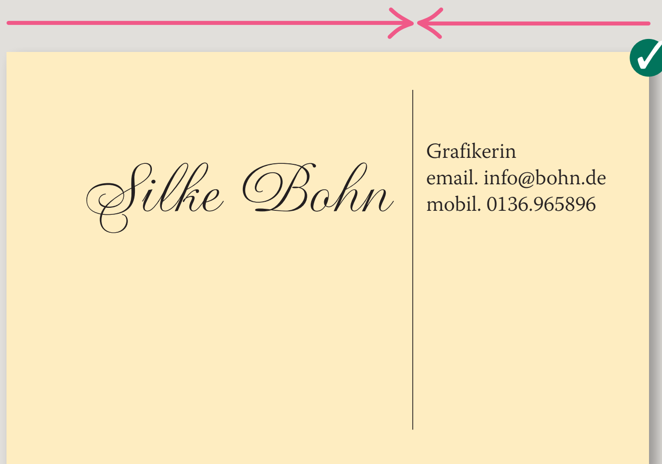
无论是图片与文字的组合，还是本案例中用线条实现的分割：原则上讲，你都应该避免空间上的对半均分，除非完全均等的划分是为了支持主题内容的表达。

空间上的三等分。

垂直方向的划分

除此之外，本名片在垂直方向的空间划分也同样遵循了三等分的原则。





黄金分割

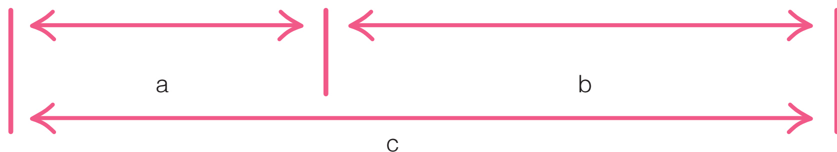
黄金分割是一种划分比例，早在古典时期，画家、雕塑家以及建筑师就已将其广泛应用。从视觉上，人们会觉得这种划分比例特别和谐，也特别富有吸引力。当你首次注意到这种“神圣比例”之后再放眼观察这个世界，就会发现，大自然中处处都有它的踪迹。

黄金分割可以帮助你划分空间。

黄金分割的比例数值，即黄金率为1.61。如果在网上搜索一下黄金分割，你甚至可以找到好几页有关其公式和计算方式的介绍。你根本没有兴趣和数字打交道？那么我就换种表述方式吧：请你设想一条水平线，在这条线上画一条小的垂直线段将其分成两部分，现在就到了关键点——这两部分的比例。垂直线段并非位于正中间，我之前就已提过多次，建议大家避免这种做法，这种分割自然不符合黄金比例。垂直线段的位置很有讲究，它要使水平线段中较短线段与较长线段的比例恰好等同于该较长线段与整条水平线段的比例。

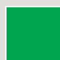
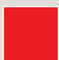
黄金分割 >

图解黄金分割，较短线段（a）和较长线段（b）的长度比恰好等于较长线段（b）和整条线段（c）的长度比。



五彩缤纷的婚礼

对于多色彩背景而言，你尤其需要注意不同色彩区块在空间大小上的和谐划分。

从交通信号灯中提取的颜色。



遵循黄金分割比例的划分。

一个（计算）案例

一条直线或者一块区域有15厘米长。根据黄金分割比例对齐进行分割，分割后形成的两线段中，较长线段应为9.3厘米，而较短线段应为5.7厘米，此时，较短线段与较长线段（5.7：9.3）的比例恰好等于较长线段与整条线段（9.3：15）的比例。

那么，我是怎样计算出两条分线段的长度的呢？很简单：只要将原始线段的总长15厘米除以1.61，就能得到两条分线段中较长一条线段的长度。

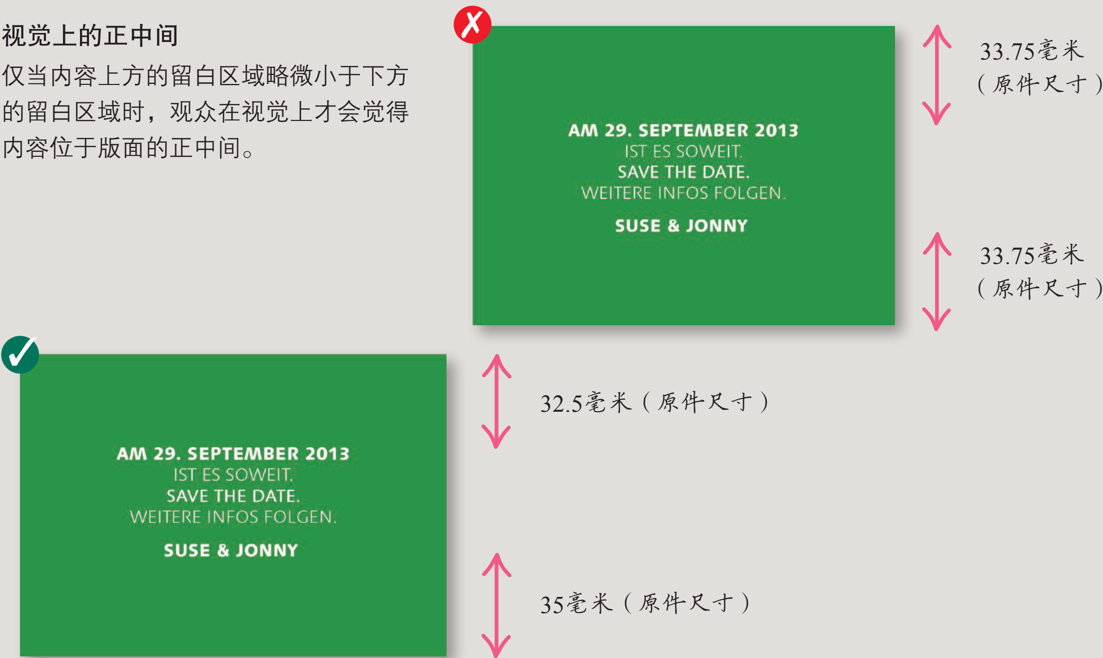
[大自然中]
不少花朵的种子以及很多植物的彩色斑纹都蕴含着这种比例，甚至连人体的分割也遵循了这种黄金比例。

三等分与黄金分割

不知你是否注意到了上述案例中的计算结果？将整条线段分为9.3厘米和5.7厘米，这种分割非常接近于三等分。如将15厘米三等分，那么你就会得到一条10厘米的较长线段和一条5厘米的较短线段。也就是说：三等分也能达到不错的和谐效果！

视觉上的正中间

仅当内容上方的留白区域略微小于下方的留白区域时，观众在视觉上才会觉得内容位于版面的正中间。



纸张格式

根据德国的纸张格式标准，有一系列既定尺寸的纸张大小，其中A系列格式的比例为2的平方根，与之相应的页面长宽比为1：1.414。举例而言，大家都知道德国工业标准（DIN）的A4格式为210毫米×297毫米，信纸就采用了该格式。德国工业标准的纸张具有多种尺寸，从DIN A0的一平方米直至DIN A8的52毫米×74毫米。

只要将某格式尺寸中较短的一边翻倍，就能简便地计算得到大一级的格式尺寸。同样地，只要将某格式尺寸中较长的一边减半，就能很快计算得到小一级的格式尺寸。与此同时，纸张的面积也相应翻倍或者减半。比如你记得DIN A5的格式尺寸，现在又需要DIN A6的格式尺寸，那么就可以将DIN A5的长边减半作为DIN A6的短边，具体而言，DIN A5的尺寸为148毫米×210毫米，其长边减半就能得到DIN A6的尺寸：105毫米×148毫米。

DIN B系列的格式尺寸未经剪裁处理，因而多被用于书刊印刷，而DIN C系列的格式尺寸多用于封套以及信封。

写法

标注格式尺寸的基本原则是，第一个数值定义横边，而第二个数值代表纵边。以此出发，德国工业标准（DIN）的格式尺寸列表总是首先标注短边，继而标注长边，这就意味着，我们总是按照纵向模式标注格式尺寸。至于最终如何使用纸张，自然还是由你自行决定。如果你和印刷厂或其他工艺站点就此进行商讨，那么请务必注意标注的先后顺序：先宽后高。

标准化格式更为经济

你计划采用160毫米×120毫米的格式尺寸来设计一张卡片？如有可能，最好转为148毫米×105毫米，因为后者恰好符合DIN A6的格式尺寸，

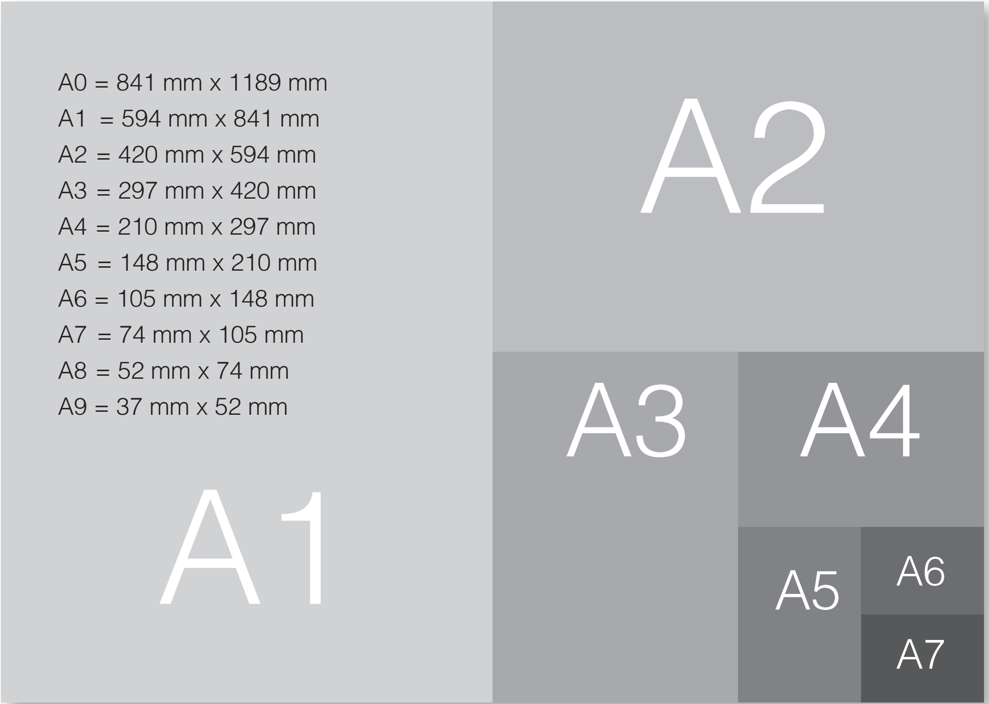
它也是明信片设计的标准尺寸。你不想循规蹈矩？你想有些别出心裁？当然可以，为什么不呢。然而事实上，人眼已经习惯了观看标准的DIN格式尺寸，与之相应的，相较于方形剪裁的纸张，采用DIN格式纸张印制的设计并不会那么惹人注目。不过，你仍需注意，规范的DIN格式尺寸往往更为廉价。如果你依然非常渴望采用一种与众不同的格式，那么最好事先询问一下两者之间的价格差。

[DIN格式尺寸]
采用统一的格式尺寸能够简化大量工作流程，包括纸张的生产、交付和印制到进一步的加工，比如说装订和寄送。

纵版或横版

设计中不仅要选择字体或者颜色，还要选择纸张格式。正因如此，你应该早在设计之初就对此加以考虑。很多情况下，纸张格式已被预先确定，比如说信笺纸就有固定的格式。不过，你也有可能设计一份邀请函或一张传单，尽管其格式固定，但至于其印刷时采用纵版还是横版却不确定。此时，你应该掌握各种格式的不同效果。

纸张格式
DIN格式尺寸一览



横开本

横开本令人感觉平稳，但是并不常用。

横开本中，宽大于高。由于人眼的视野同样也是宽大于高，因此这种版面设计符合人眼的视觉感官。人们普遍认为，横开本比较稳重，也因此显得平和并令人感到舒适。尽管这种版式比较四平八稳，但作为纸张格式，它的使用频率依然低于纵开本，这又令其显得有些与众不同。



不同的效果

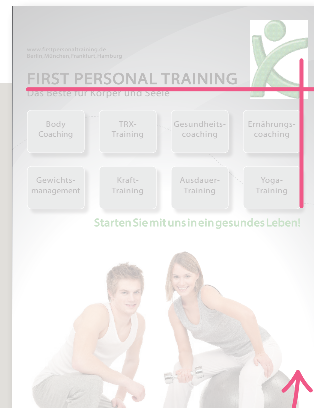
同样的广告，横开本和纵开本的效果有所差异。横版令人感觉更加舒适，显得比较有“宽度”。



纵开本

纵开本的高大于宽，这看上去会显得有点摇晃不稳定，但这种格式显然要比横开本更具活力。格式越是苗条，视觉上就显得越为优雅。平时，人们看到纵开本的频率要远远高于横开本，因此这种格式也就比较普通，不太会产生惊艳的效果。多页面设计往往主要选用这种纵开本格式。

纵开本显得不那么稳重，但是更具活力。



视觉上的轴线。



活泼的纵开本

同样的广告设计为纵开本就会显得更加富有活力，这能更好地贴合设计内容。



配色清新健康，其中部分色彩提取于图片。

正方形的格式

我们还要讲一讲正方形的格式，其每一条边都等长。这种不同寻常的尺寸比例不符合任何一种DIN格式，也不太常见，不过正因如此，你也可以认为采用这种格式可以获得读者额外的关注。当然，你也不能忽略由此导致的额外费用和正方形格式的特别效果。正方形的格式会显得稳健平和。

此外，自然还有很多其他不规则的格式可供选择，比如椭圆形、圆形或者别的经过印模冲压的形状。飞行教练员如果将自己的名片印模冲压成一架飞机的外形，这无疑会特别引人注目。不过这种设计往往成本很高，因此，选用这类特殊形状前务必需要谨慎考虑。

常用的格式

德国工业标准（DIN）以及其他一些其他应用案例证明，为某些印刷制品选用某些特定的格式是可靠的做法。很多情况下，改变格式尺寸也并没有什么特别的理由，只不过是为了“与众不同”而已。下面是一张标准清单。

- **DIN A4格式的信纸（210毫米×297毫米）**
  对于信纸而言，不仅纸张尺寸有一定的规范，地址栏、发信人栏以及左侧边缘处方便人们打孔和放入文件夹归档的小线段或者小点都有固定的格式。
- **名片**
  名片有两种常用的格式，分别是80毫米×50毫米以及85毫米×55毫米。选用尺寸较大的卡片自然极有可能吸引更多的关注！不过你也要考虑到一点，过大的名片根本无法插入商用皮夹、钱包或者名片夹，你的客户很有可能不知道应该将其放在哪里，然后就随手把它扔进了垃圾桶。
- **明信片**
  明信片并不一定是用来邮寄的。DIN A6（105毫米×148毫米）的格式随处可见，在任何一家商店或者咖啡馆都能看到，很多广告也采用

了这种格式。通常双面印刷的方式更加有助于宣传推广。该尺寸足够呈现一些信息，同时也很方便感兴趣者插入随身携带的手提包。

- **传单**

  传单往往由一张横置的DIN A4格式纸张折叠两次而成。A4页面的长边为297毫米，因此传单中有两页的宽为100毫米，第三页的宽为97毫米，正好方便将其折入内侧。我们也将这种类型的传单称为DIN lang传单，人们常常使用这种设计，而且正是因为基于DIN格式尺寸生成，这种版式成本低廉。此外，在邮寄时，这种尺寸也恰好与DIN长版格式的信封相吻合。

[DIN lang]

人们将某种特定的格式种类称为DIN lang。首先，传单或者其他印刷制品在折叠完毕之后的尺寸应为100毫米×210毫米，其次，与之相匹配的信封尺寸应为110毫米×220毫米。

信纸

通常情况下，信封采用DIN A4格式尺寸。名片或者折叠卡片是其简单的变体。

明信片

明信片应该适合插入任何一款手提包。

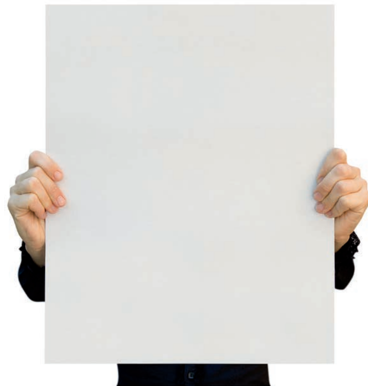




传单

采用包芯折或者之字折制作的传单是一种广受欢迎且价格相对较为低廉的宣传工具。





^ 海报

招贴布告、海报或者宣传画：所有这些我们在匆匆路过时看到的设计作品都必须能在短短几秒钟内被观众所理解。

- **海报**

  海报，也被称为宣传画，它的格式各不相同。出于成本的考虑，海报的设计也应基于DIN格式尺寸。常用的尺寸是DIN A1，具体大小为590毫米×840毫米。考虑到空间的因素，海报的版式往往采用纵开本而非横开本。首先你需要明确一点，自己设计的海报将招贴在何处——视具体情况，如果与内容相符的话，你也有可能采用横开本。

  除了宣传画，在口语中，招贴布告也往往被称为海报。这种招贴布告往往更小，其尺寸介于DIN A5和DIN A3之间，不同于宣传画，对这种招贴布告感兴趣的群体规模也较小，你作为设计者应该事先就能明确该目标受众。相较于广告宣传，这种招贴布告更多应用于信息发布，比如说宣传即将到来的圣诞庆典或者公布笔试成绩。

有效布局各种元素

现在你应该已经了解空间对于设计的重要性了，也对格式方面的知识略有所知。不过，还有很多别的因素影响着文字和图片在版面中的合理布局。

视线引导

理想情况下，你的设计应该可以引导观众的视线，读者的眼光能停留在文字和图片或者另外某个吸睛元素之间并不再游离。你可以借助各设计元素的大小和分布，甚至是图片的选择来影响作品内部的视线引导。如果一切都恰如其分，那么你的设计应该包含一些视觉上的轴线，其可作为视线参照物。

这些轴线可以起到分割与合并的作用，也能为你的设计带来一丝活力。最为重要的是，它们能够引导观众的视线并增强文字的视觉效果。

信息的感知

通常情况下，读者会按照从左上方到右下方的视觉顺序来采集信息。我们以Z字形式再现了这种著名的人眼观察范式。当然，我们也不排除例外情况的存在，而且，视线的引导也与设计的种类以及阅读方式有关：比如说，人们更加会把一张宣传画理解成一幅图片，因而我们并不能遵循视线引导的普遍规则对其加以设计。

常见的人眼观察范式是以Z字形体现的。



Z字形式的视线引导

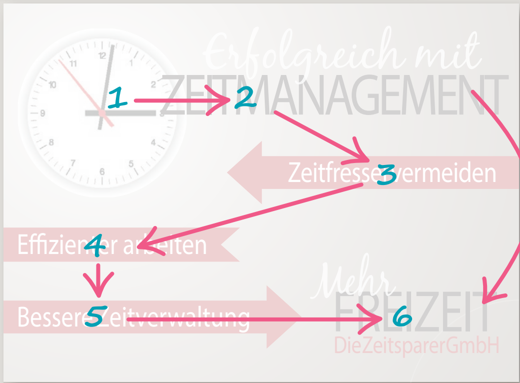
你现在看到的是一个视线引导的绝佳案例，它遵循了表现为Z字形的经典人眼观察范式，其中的箭头起到了进一步强化的作用。

重叠的利用

时钟和文字Zeitmanagement（时间管理）互相重叠，这有助于将观众的视线从时钟引导至标题。

顺序

观众首先注意到的是时钟这张图片，然后是局部重叠于上面的标题“时间管理”，接着又会从那里出发观察到Zeitfresservermeiden（避免浪费时间）这行文字，箭头进而将其视线向左引导至Effizienterarbeiten（更有效率地工作）这行文字，又从那里移至Bessere Zeitverwaltung（更好的时间管理），最终重新向右回到公司名称及其Logo。



另外一种可能：视线从标题直接移向了公司名称。

Endlich
Schluss
mit den
Pfunden

dietfarm

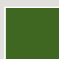
dietfarm

dietfarm ist eine Ergänzungsernährung, die in einer
Diät unterstützend wirkt.
Sie ersetzt keine Mahlzeiten, sondern versorgt den Körper
mit allen notwendigen Nährstoffen, so dass die
Nahrungsaufnahme bis auf ein Minimum reduziert werden
kann, ohne Mangelerscheinungen zu bekommen.

从模特到广告标语

这张广告中，设计者同样遵循了Z字形的人眼观察范式。



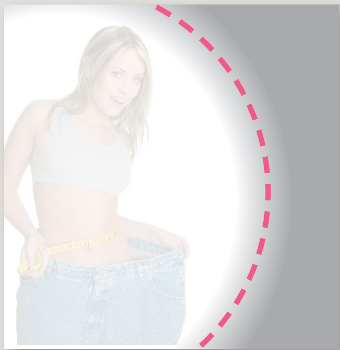


色彩

Logo中鲜明强烈的色彩在标题中得以再现。

视线的移动顺序

视线会从吸睛元素（模特）向右移至广告标语，进而再移向左下方的Logo及文字，最终停留在右下方的小瓶子上。

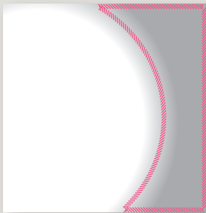




Z字形的视线引导。

吸睛元素

在模特图片后侧设计了一条曲线，这有助于突显模特这个吸睛元素，使其充分吸引观众的注意力。



外侧加深

曲线外部区域呈深色，这有助于观众视线在设计上逗留。



设计元素：曲线

模特的身材曲线作为一种表现手法得以反复利用。这种曲线作为划分界线在下部区域再现，选择字体时同样考虑到了这一点，此外，Logo中也蕴含了这种曲线形状。



弯曲的字体。

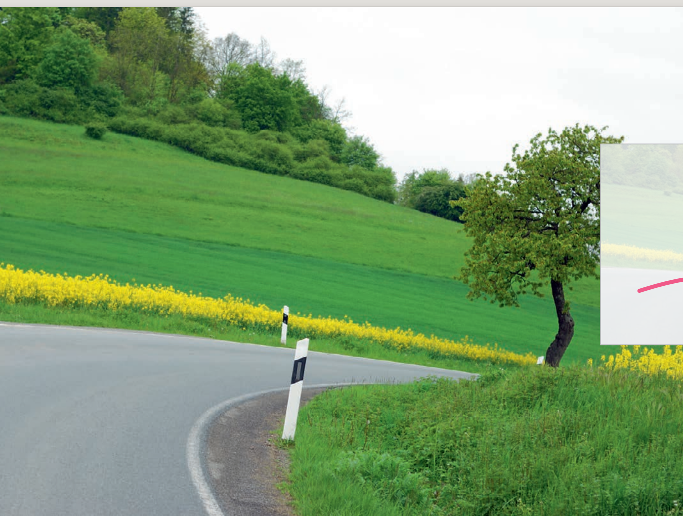


Logo中的圆形。

借助图片引导视线

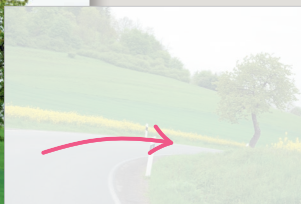
Z字形符合经典的人眼观察范式。不过某些特定情况下，这种范式也有可能被打破。比如说，当你围绕中心点展开设计时，观众的视线也会随之移向中心，而图片也能在设计中起到视线引导的作用。

经过思考后精心拍摄的照片含有一个图片轴，即由图片内容确定的一条视觉上的轴线。设计者可以合理运用这条轴线，将读者视线从图片重新拉回到文字上。在这里，被拍摄的人物、街道、小路或其他对象的姿势及视线以线条的形式勾勒出一些可识别的形状。如此看来，倘若图片能够表现理想的内容并被置于理想的位置，就能按照设计者的预期起到引导视线的作用。

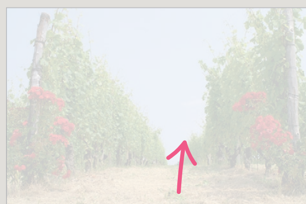


图片轴线

此处展示的图片案例拥有一条清晰可辨的轴线。



沿着街道形成一条图片轴。



葡萄枝蔓之间形成一条图片轴。



景中的轴线

风景图片中，一条朝着某个对象延伸的小径往往就能形成轴线，比如说一条通往一片林中空地或一座小屋的森林小径。

如何运用图片轴线?
请将最为重要的信息准确置于图片轴线方向，这样这条轴线就能合理地引导观众的视线。





目光能够起到引导视线的作用
图中这位女子向侧上方瞥视，同时，她的脸部也朝这个方向轻微旋转。于是，观众的整个注意力也会随之移向图片的左侧。

图片轴线

请你仔细寻找一番，手头的图片中是否存在现成的轴线，以及是否可被用来引导观众的视线。图片中是否描绘有人物形象？在肖像照中，视线和体态往往起到关键性的作用。通常情况下，轴线会沿着这两个要素形成，如果身体和视线的走向不同，那么图片中就会包含两条不同的轴线，作为设计者，你就要决定为下一步设计选用其中一条轴线。

此外，图片中的光线和阴影也能形成轴线，这种区分是从亮至暗的。

尽管我们已经提出了种种小技巧，可是你依然没有找到一条合适的轴线？千万不要垂头丧气，心生怀疑，很多时候，图片本身就是没有轴线的，此时，你尽可以采用一些别的设计元素来引导观众的视线，比如一些线条。

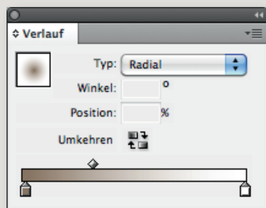
如何处理图片轴线？

你已经找到了一条图片轴线？太棒了。如果这张图片可以作为吸睛元素，那么观众的视线就会首先落在这张图片上，倘若这张图片恰好还包含一条轴线，那么视线会进而从这张图片出发，沿着轴线一直移动到你最想突出表现的文字、图表或者Logo上，只要相应将其放置在轴线位置即可。有效布局各种元素也就是说，观众视线会追随被拍摄人物（图中人物）的视线发生移动，正是基于这点考虑，你布局图片位

通过视线形成图片轴线

该案例中，图片轴线也是由人物视线形成的。该轴线从左下方延伸到右上方。因此，最为重要的信息应被置于版面的右上方。尽管如此，读者依然有可能很快就丧失兴趣，这是为什么呢?





渐变

背景渐变方面，右侧边缘极为明亮，这就无法在视觉效果上起到划分界线的作用，读取信息之后，观众视线很容易立刻就会发生游离。

没有界线，读者视线会离开广告。



置时，原则上应确保人物的视线朝着一侧瞥去——当然也不排除例外情况的存在。

或许，你的图片中还含有一些活力四射的元素，诸如汽车或者自行车骑行者？倘若你将这类图片置于版面边缘处，那么也应确保其驶向一侧，因为这样一来，观众的视线也往往能够随之移向一侧。



圆形的色彩渐变，朝外侧颜色不断加深。

边缘处为深色，观众视线能被锁定在设计内容中。

使观众视线逗留

左页的案例中，观众的视线会从设计内容中游离出去，而本案例中，右侧边缘处色块随着不断变深，我们可以认为，观众视线能被深色边缘重新拉回到广告内容上面。

移动

含有Z字形视线引导的设计自然会显得活跃且有动感，相较之下，其他的设计则显得平稳而静态。那么，设计在动态移动上会表现出哪些特征呢？

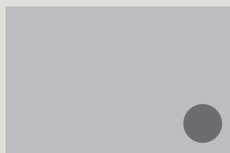
- 和谐/不和谐。
- 动态/静态。
- 快速/缓慢。
- 对称/不对称。
- 平稳/活跃。
- 成比例/不成比例。

可是，为什么不同的设计会产生各不相同的效果呢？对此，视线引导、字体、图片、颜色以及诸如直线或者矩形这样的图形都在其中扮演着重要的角色。根据所选用形状的不同以及各元素位置布局情况的差异，设计会相应地引发出观众的不同感受。



宁静稳重

该版本的名片设计传递出一丝宁静的气息——显得有些稳重。这很大程度上是因为设计者在右下方放置了一个圆圈。





这个圆圈使名片显得稳重。

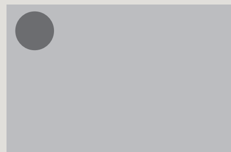
活跃

第二版设计显得更加轻飘而充满活力。它和第一版设计的唯一差别仅仅在于圆圈的位置。置于上方边缘处的圆圈就像一个气球似的，随时都会飞走。

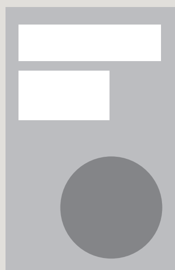


这个圆圈让人感觉很轻飘，似乎随时都会飞离这张名片。



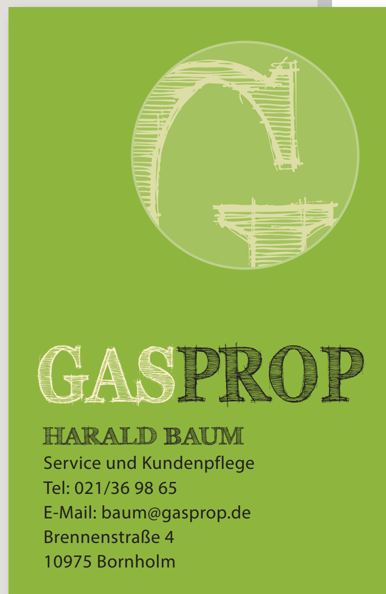






此处的圆圈不会上升。

此处的圆圈会上升，让人感觉轻飘飘的。



稳重和轻盈

在这张名片的设计中，圆形的Logo被置于版面的下半部分，其尺寸大小会引导观众视线向上挪动，而且受到上方文字的压制，这个圆圈无法上升。整体效果并不尽如人意，显得比较沉重。

向上爬升

把圆圈放在这个位置能符合你的设计需求，它会给人向上爬升的感觉。整张名片也就因此显得更为轻飘，更加协调。





静态或动态

一辆汽车位于水平的街道上，另一辆汽车位于向下倾斜的街道上。仅仅是街道的斜度不同，第二版设计就比第一版设计显得更具活力。

动态和静态

你或许想为一家驾校或者一个体育协会设计一份活力四射的广告？有一种办法可以彰显设计的活力，即充分利用尺寸的差异，比如说，将大小各不相同的图片组合放置。两张大小完全相同的插图使设计显得宁静，甚至还可能会有些无聊，而各不相同的图片内容则能在最大程度上彰显活力。一大一小两张插图可以自然而然地表现出动感和活力，不过也要注意一点：不同的尺寸大小或许会对版面中的内容起到均衡化的效果，这并不是你所期望的，不过你也可以利用不同形状构成大小对比，从而在视觉效果上令设计充满活力。

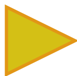
任何一种几何形状都拥有其特定的效果。

一些基本形状同样能够起到某种特定效果。你可将其作为装饰性元素或者背景加以运用，置于此类基本形状内部的文字也会起到相应的效果。有些基本形状充满活力，其中就包括尖角向上的三角形以及一条垂直线。请务必注意，三角形的尖角必须指向右侧，这样才有引向前方的作用；如果尖角指向左侧，则其效果相反。

向后与向前

左侧图例是一则广告的背景，其中三角形指向左侧，由于读者视线总是从左向右移动，这就产生了一种后拉的效果。这种“错误”的方向使得整个设计有点滑稽可笑，相反，右侧图例中的三角形指向右侧，这将引导观众视线向前移动。





这个三角形指向读者的视线方向，即“向前”。

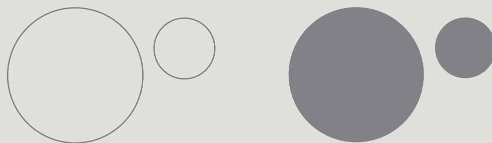


宁静而柔和

并非所有情况下，我们都需要充满动感的设计。比如，为一家按摩诊所设计广告，你就更应该选用一些给人宁静与柔和感的元素。原则上讲，正方形能够令人感觉宁静和稳定，但由于其棱角分明，也会很快令人觉得生硬和不适。如果将其置于顶端，甚至会显得摇摆不定。因此，这里选用圆形更加适宜。

填充颜色的实心圆

相较于细而硬的圆圈轮廓，填充有颜色的实心圆令人觉得宁静而且富有情感，空心圆则起不到这种效果。



令人感觉不太舒服。



选用带有柔和圆边的字体，这与设计中的圆形元素相吻合。

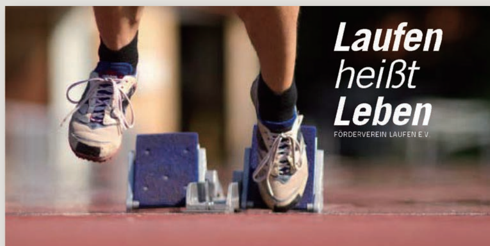


柔和且令人舒适

相较于尖角，圆形设计能使这家按摩诊所更具吸引力。

令人感觉舒适。





不含线条

这是一张充满活力的图片——斜体字体，这两者非常匹配。



舞动的线条

设计者试图利用线条传达出一种勃勃生机，然而，粗细均匀的线条显得非常静态，缺乏活力。

粗细均匀的线条。



借助大小变化彰显活力

不同于上面的设计，线条从左到右由细变粗——这赋予设计动感和活力。

由细变粗的线条。

采用舞动的线条和形状只是令设计充满生机活力的一种办法。要想令自己的设计充满速度与激情，你也可以充分利用下列各种小窍门。但请注意，一份设计中仅选用其中几项即可，不要同时运用所有这些技巧！

- 较大的标题。
- 反色文字（即深色背景上方的明亮字体）。
- 加粗字体。
- 改变字母间距。
- 对比色。
- 鲜明的背景色。
- 页面内部水平及垂直方向的运动。
- 许多未置于网格中的小图片。
- 黑白图片结合彩色图片。

充满活力的复古卡拉OK

针对性地选用图片和文字可以令你的设计充满速度和激情。


Oh, ich vermute, du willst mein sittsam frommes Beutelbrot - auf dass es zuckernd sich zu Tode blute und selbstvergessen stirbt den Opfertod." „Mein Gott, du laberst wie ein Pfaffe, dem man den Wäschebeutel klauen will. Ist dir denn klar, dass ich es niemals schaffe? "

IN TOWN

Retro Karaoke

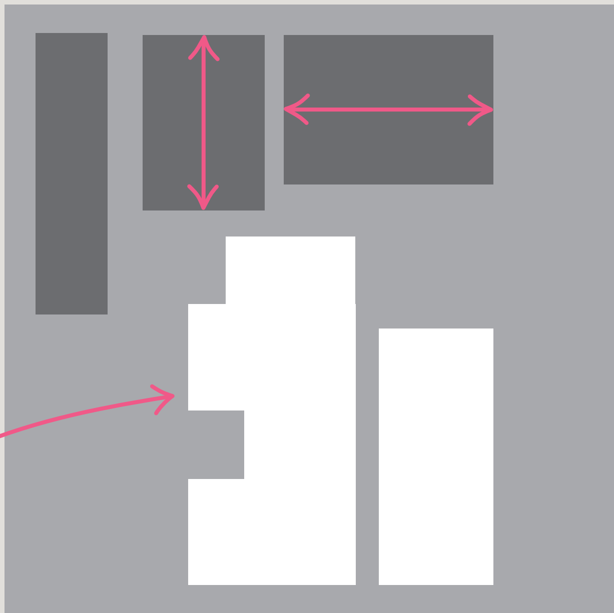
3.7.

Ein Holzschuhmacher und ein Bogenschütze mit Brot- beziehungsweise Wassersack durchschritten eine Saccharose-Pfütze. **Der Schütze sprach: „Wir müssen sie entwässern. Nur so wird sie zu gutem Scheuersand. Jedoch kann ich sie schwerlich trockenbessern. Mein Sack enthält den falschen Gegenstand." Der Holzschuhmacher sprach:** Oh, ich vermute, du willst mein sittsam frommes Beutelbrot - auf dass es zuckernd sich zu Tode blute und selbstvergessen stirbt den Opfertod." „Mein Gott, du laberst wie ein Pfaffe, dem man den Wäschebeutel klauen will. Ist dir denn klar, dass ich es niemals schaffe? In deinem Sack ist Brot, in meinem Müll!" „Du bist ein Bösewicht, Sadist und Schlächter und willst mein Brot als süsses Opferlamm. Der ärgste Tempelräuber ist

Zwar war sie gottlos, aber zäh wie Lack. Der Schütze sprach: „Wir müssen sie entwässern. Nur so wird sie zu gutem Scheuersand. Jedoch kann ich sie schwerlich trockenbessern. Mein Sack enthält den falschen Gegenstand." Der Holzschuhmacher sprach: „Oh, ich vermute, **du willst mein sittsam frommes Beutelbrot - auf dass es zuckernd sich zu Tode blute und selbstvergessen stirbt den Opfertod."**

图片彰显动感

横版和纵版的图片组合散发出一种速度感。狭长的垂直图片在垂直方向形成动感，而横版图片又在水平方向形成动感，这两者的结合可以形成一种对比，进而使设计富有动感。



自由的版面

本案例中的文本栏并无统一的宽度。不规则的形状令人感觉到一种动感。

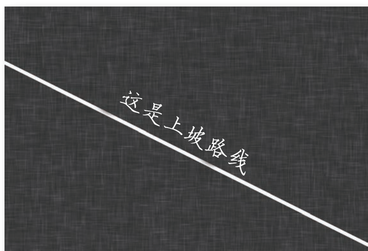
关于线条

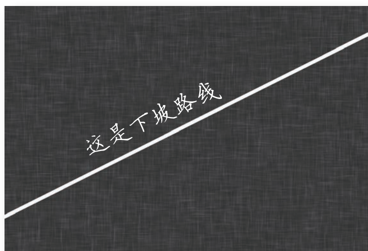
线条也能起到动态或者静态的效果，它们能为设计增添或者减少一份活力。不过你也一定知道：在不明确线条走向的情况下，你并不能确定其所产生的效果。一条垂直线会增添设计的动感，但也很快会显得不太稳定，与之相反，一条水平线会增添设计的稳定感和确定性，可是缺乏一定的张力。

向上和向下

哪个是错误的，哪个是正确的？下列两张图总显得有些不对劲。

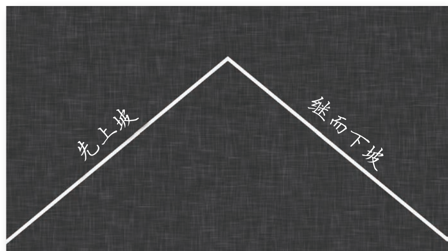
读者阅读拉丁字体时，视线总是从左向右移动，正因如此，我们会认为一条从左上方向右下方延伸的直线是下落及下倾的，而从左下方向右上方延伸的直线则象征着成功、进步以及欣欣向荣。你根本没有线条可以作为设计元素？那不妨想一想，或许可以利用别的一些具有类似形状的几何对象达到相应的效果，比如说倾斜的文本框。





上升和下落

上升和下落的线条看起来是怎样的，对此，我们头脑中有一种与生俱来的直觉概念。



和谐的效果

婚礼感谢卡或者金婚邀请函的设计者往往特别想营造一种和谐的视觉印象。此外，在所有的养生和健康广告中，所宣传的产品也应传递出一种和谐而舒适的感觉。我们之前已经论述过黄金分割这种通常令人感到尤为和谐的划分比例，也就已经接触了和谐这个话题，其实单单通过面积的划分就能营造出一种和谐感。不过除此之外，还有很多别的元素会令设计显得和谐或者不和谐。

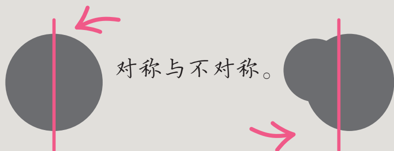
单色渐变。

类似于这些小圆圈的均匀且有规律的对象令人感到和谐。



和谐的身心健康

对称的对象，遵循黄金分割比例的空间划分，单色的渐变，这一切都令设计显得和谐。





两种基本色都是从图片中提取而得，亮度都有所增加。

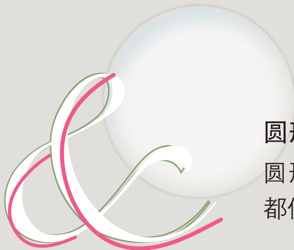


透明

本设计中，透明色块要比生硬的界限效果更佳。

2/3与1/3比例的黄金分割。





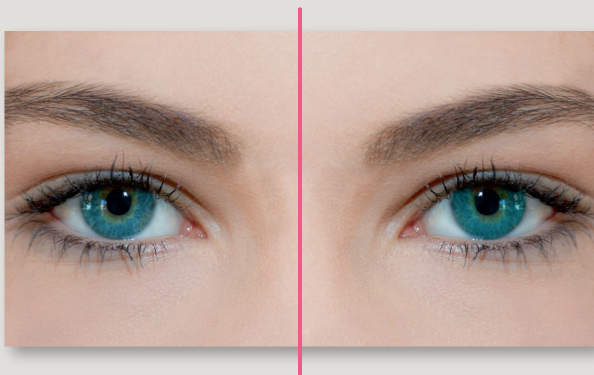
圆形以及柔和的形状

圆形、柔和的渐变以及弯曲的字体都使设计显得更加轻柔。

对称的形状令观众感到宁静和放松。

和谐与对称

在某些特定领域，和谐和对称的概念完全一致，因为人们总是觉得重复出现和规律性是和谐的。各种调查显示，相较于不对称的面部，对称的面部令人感到更加和谐。如果能在设计中对称布局各对象，那么一方面，人们会因为觉得它们彼此关联而更好地感知其存在，另一方面，这也能增添视觉上的和谐感。





和谐的面部

基本对称的面部会令人感到和谐。

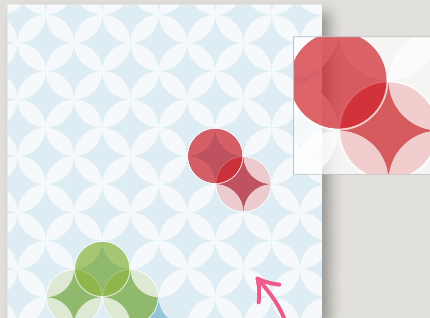
均匀分布形成对称

如果有规律地不断重复出现某一形状，就会给人留下对称的印象。



重复出现会产生对称的效果。





各种彩色的不规律形状使整张图片显得不对称。

敬请注意：对称令人感到极为放松，不过也会很快令人感到无聊。富有差异的形状、面积或间距会形成不对称，这会削弱设计的宁静感，但同时也显得更加扣人心弦。

对称和不对称的布局

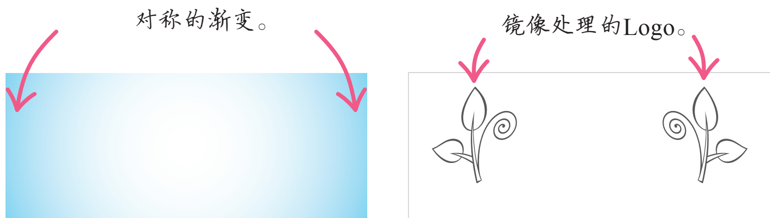
如果你想实现一种对称而和谐的效果，可以采取下列做法：

- 采用具有均匀且规律形状的设计对象。
- 在正中间对半划分设计对象。
- 均匀布局各设计对象。
- 按照规律的图案分布各设计对象。
- 注意间距均匀。
- 镜像布局对象。
- 围绕一个固定点旋转设计对象。
- 采用粗细均匀的线条。
- 将文本置于版面的正中间。
- 页边距相等。



Logo中的对称

这个Logo因为花朵卷须的镜像处理而显得对称和谐，而卷须的圆形走向又为图片平添了一丝和谐。



不对称虽然不太和谐，但却更加引人入胜，如果你想获得一种不对称的效果，可以采取下列做法。

- 采用具有不规则形状的设计对象。
- 不均匀地布局各设计对象。
- 采用各不相同的间距。
- 借助一些手法形成鲜明对比，比如通过色彩的深浅对比或者不同色彩区域的对比。
- 将版面划分成不同大小的区域。
- 采用不同粗细的线条，或者一条粗细有所变化的线条。
- 将文字左对齐或者右对齐。
- 设置不同的页边距。

均匀形成对称，不均匀导致不对称。

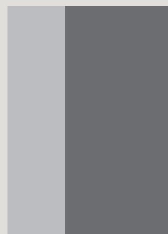


通过文本形成对称

没有图形元素，单纯借助文字作为背景也能形成对称



对半均分。



三分之一分布。

哎呀，不！

就本设计内容而言，三分之一与三分之二的版面划分完全不适宜。



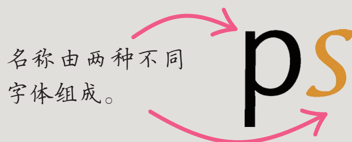
可以对半均分吗?

可能你现在会说：等一等，之前我不是读到过一条法则，设计中不能对半均分吗？没错，多数情况下确实如此。但是，如果你想在设计中将两块大小完全相同的区域创造性地对半布局，这个主意也不错，它会产生意想不到的效果。



Logo
两片大小不同、颜色相异的树叶构成了这个Logo。





不对称使设计引人入胜

不对称Logo的运用使得本设计引人入胜、充满活力。两种颜色和两种不同的字体也造成了一种不对称的效果。

设计网格

如何在自己的版式设计中合理布局各种对象，从而一方面充分吸引观众的眼光，另一方面也能达到特定的效果，相信你对此应该已经有所了解。不过，仅仅做到这一点还不足以构成专业的版式设计，要层次清晰地布局所有目标对象从而使其一目了然，你还需要一种辅助工具——设计网格。

看到某些东西时会令人觉得杂乱无章，不知你是否能够理解这种感受？乱七八糟、漫无头绪、毫无计划可言？很多情况下，业余的设计爱好者在排版时都不够整齐有序，各种设计元素缺乏统一的轴线作为对齐的参照标准。观众的眼光总是会从这里飘到那里，不断游移而无法集中。这是因为视野中并无可供目光逗留的线条。如果版式设计中缺少了线条和轴线，很快就会让你感到一团糟，而事实上，只要在页面上略微挪动一下这些元素就能避免产生这种印象。

或许你已经为自己的设计搜集了一些元素：一个Logo、文本框、一个较大的字样、两张图片，可能还有一些图形。与此同时，你已经明确想好要将其中的哪个元素作为吸睛元素，而且你对页面的基本布局也已经心中有数，只不过，如何精准定位各元素还是让你比较头疼。

纵轴与横轴

轴线对于任何一种版式设计都是必不可少的，你可以借此对齐各个元素。

借助人为构想出来的纵轴与横轴，我们可以轻而易举地对齐所有的元素，而这种对齐可以更好地吸引并引导观众的眼光，并使整个版式显得均衡匀称。这一点在下列情况中最明显，比如说，你可以选中底部边缘处的一个设计元素，利用其下边缘位置限定出一条人为构想出来的水平线，这样一来，同样位于该页面下方的其他元素也能通过下边缘对齐该线条的方式得以准确定位。你也可以采用相同的方法处理其他三条边，这样就能使元素的外边缘整齐美观了。即便在版式内，你也应该找到横轴与纵轴并不断借此布局各元素的位置。





设计轴线

你能在右边的招贴广告中找到多条轴线，这令该设计显得稳重而专业。

设计网格的运用

目前为止，我们主要探讨的是诸如明信片、宣传画或者广告这样的单页设计，或者至多不超过两页的设计。如想设计含有较多文字的多页作品，应用一张网格就会给你带来诸多方便，可以说，对于此类设计，网格是一项不可或缺的辅助工具。

设计网格中的一系列小格栅可以帮助你定位各个设计对象。

将一系列的水平线和垂直线互相交叠就形成了网格。或许，你之前早已在一位平面图形专家那里听说过“设计网格”这个概念——这是一种颇受欢迎的设计工具，版面可以由此显得井然有序。利用网格进行工作的设计者还需注意一点，一两条轴线还远远不够，应借助多条水平线和垂直线划分整个设计版面，于是就出现了一系列的格栅，这些格栅可以作为参照对象用来定位各设计元素。



< 手工作业
利用网格对各种手工作业的小工具加以分类，使其显得一目了然。

如果你设计的是一份将被反复多次使用的版式，比如说网球俱乐部的协会月报或者按摩推拿诊所每四周以明信片形式发放一次的月度特刊，那么最晚在这个时候，你手头应当拥有一个网格，这能帮助你节省很多工作和时间。当然，有些版式设计虽然是一次性的，但是篇幅较大，比如说一本含有八页的小宣传册，那么我们也建议你能在着手之前思考一下网格的制作。

视图效果的井然有序

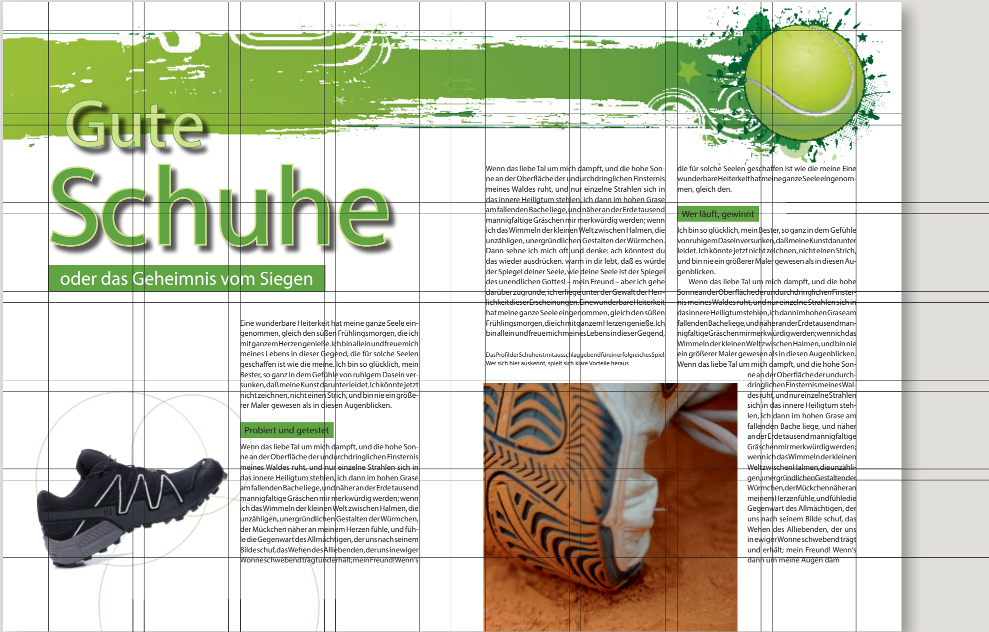
你已经被我说服了？或者，你依然会说：“我压根不需要这玩意？”若是如此，你还应该明白一点，设计网格不仅能简化设计者的工作，还能提高观众的视觉感知能力。只要网格能以合理的形式将内容表现出来，也就是说，你制作的是一个富有针对性的网格，那么你就可以基于此认为，你的版式设计是一目了然的，因为观众可以从中找到视觉上的定位点。有了网格作为辅助工具，你就可以做到系统化且富有逻辑地布局内容，在观众面前呈现的视觉图像层次清晰，非常专业，人们也会因此乐于观赏你的设计。

实践中的网格应用

[版心]
版心与布局设计对象所使用的面积相符。如何生成版心，请参阅177页起的论述。

下列基本规则将帮助你快速制作设计网格。

- 对于单栏设计而言，你往往可以省去网格。其中的水平线和垂直线或轴线已经足以形成对外的边缘并界定出所谓的版心。
- 如果你不得不布局较长的文本，那么往往会将版面分成两栏或者更多栏。这样一来，你就自然而然地在垂直方向划分了网格。
- 为了在垂直方向进行划分并形成一定大小的格栅，设计者往往会基于最小的图像尺寸设计网格。比如说，可以清点出原稿中的五行或者六行文字，然后将其作为一个格栅的高度。基本原则是：格栅的尺寸越小，网格以及整个版面布局的可变性就越大，但与此同时，由于零碎布置造成杂乱无章的可能性也就越大。
- 你已经借助格栅对设计进行了划分，现在就可以将所有设计元素和这张网格对齐了。比如说，将图片裁切为一个格栅的大小或者四倍格栅的大小，较大的标题或引文也应恰好和某个格栅的下边缘或者上边缘对齐。



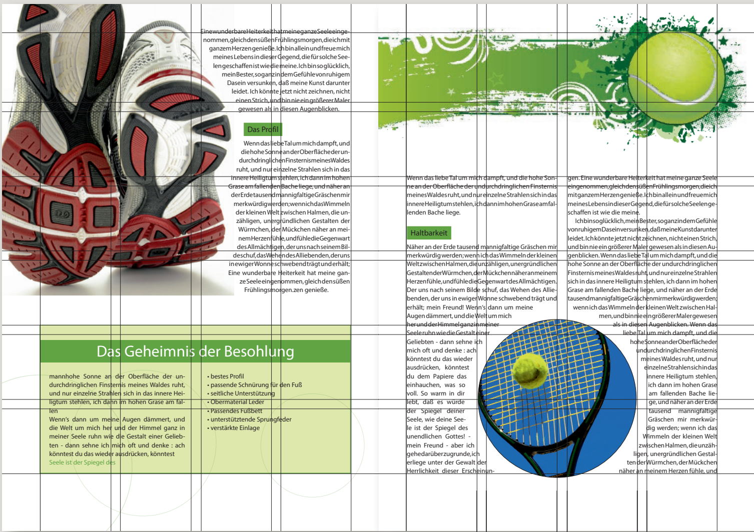
网格背景

设计网格沿垂直方向划分了工作区域，往往沿水平方向也会进行同样的划分，这样一来就形成了一系列的格栅。



格栅大小

一个格栅的高度取决于版面中最小图片的尺寸。



两栏文本

两栏文本自动生成了网格栏的宽度。为了增添设计的灵活性，你也可以在此基础上对其做进一步划分。

关于网格的细节

网格对于设计大有益处，但请你在努力运用网格时务必注意下列细节，否则将会产生一些问题。

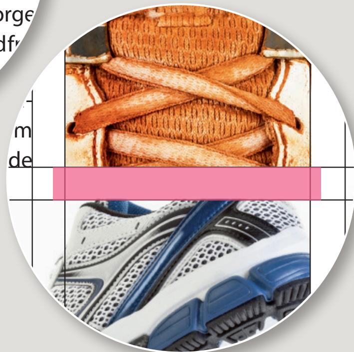
- 如果某网格内部后续可能放置一张图片，其下边缘和文本线，即字行的下边缘应当齐平。
- 网格的上边缘和字行的上边缘应当齐平，这样一来，各网格在垂直方向上就能自然而然地形成较小间距。
- 各文本栏之间的空间决定了各网格之间的水平间距。

如此精准的设计将在很大程度上确保你获得一个最为理想且专业的作品。



相同的间隔空间

各网格之间的间距可以参照各文本栏之间的间距。



栏间距

各文本栏之间的间距约等于文本行间距。



上边缘和下边缘

请务必注意，图片的上边缘应和文本的上边缘齐平，而图片的下边缘应和文本的下边缘齐平。



圆形图片

某张图片或另外某种圆状图形的外缘曲线应超出文本底线并呈凸出状，这样才能令边缘获得良好的视觉效果。



选用正确的字体

你肯定有过这样的感受：读者手里拿着一张明信片或者一本小宣传册并开始阅读，但短短几秒钟之后就把它丢在一边了，其原因可能多种多样：或许读者对其中的内容毫无兴趣，或许整个设计一点都不吸引人（不过这种情况下，你可能压根就不会把这张卡片或者这本小宣传册拿到手中）。事实上，导致读者将其弃置一边往往还有一个罪魁祸首：文本的布局非常糟糕。

为了避免你的设计遭遇同样的窘境并被读者弃置一边，不妨事先在文字的布局方面遵循一些规则。

可读性

文本具有可读性是信息传递的重要前提。

可读性是最为重要的一点。仅当读者能从文本中提取信息并作出相应处理时，你的设计才算具有意义，这种信息的提取和处理具体可以表现为：和一家按摩诊所预约时间，走过一家新开的金匠铺子顺便瞧瞧，准时出席某个公司的周年庆典，或者了解协会的最新发展动态。

其实，你并不需要掌握高深的版式设计技术，在操作层面遵循几条与可读性相关的几条基础准则即可。事实上，无法辨读的文字或许也能成为引人注目的元素（当然只有在精心设计的情况下才会如此），但这种文字无法起到承载和传达信息的作用。

可读性的影响因素

下列因素决定了某种字体是否清晰可读。

- 字体大小。
- 字体形状。
- 字体颜色及其对比度。
- 背景。
- 各字母及词语之间的间距（字符间距）。
- 各文本行之间的间距（行间距）。
- 文本行的长度。
- 文本的位置布局。





对比度过低

该案例虽然选用了与主题相匹配的色彩，但背景对于棕色的文本而言颜色过深，而且红棕色条上的米色文字也不易辨读，文本IMMONATUR的字体线条过细，字体颜色和背景色亦未形成鲜明对比，因而人们很难注意到它的存在。

对比度不足。









通过选用反差明显的色彩增强文字和背景之间的对比度。

可读性增强

改良版中调亮了背景色，表示公司名称的字体变大变粗，白色的文字和调亮的背景增强了色彩之间的对比度，这显著增强了文本的可读性。



大写字母表示的书写体以及手写体很难辨识。

即便是主流模式下的独特字体也很难辨识。

尺寸较小的花式字体尤其难以辨识。

清晰可读？失败的案例

上述案例中，虽然对比度和色彩都没有问题，但是设计者选用了一些特别不当的字体，这就导致读者根本无法读懂整个设计。

字体大小

小于8磅的字体比较难以辨识，视具体选用的字体类型，人们甚至可能完全无法看清这样微小的文字。名片上的名字或职业可以采用12磅或14磅字体，作为搭配，地址信息可以采用9磅字体。

对于较长的连续文本而言，通常应当选用9磅~11磅的字体大小。

对于小宣传册中的较长文本，为了确保文本的可读性，你可以选用9磅~11磅字体，有的时候也推荐采用12磅字体。不建议选用更大的文字，否则会导致字行过短，读者的视线不得不随之不断跳跃。

标题和其余内容应有显著区分。至于应该借助何种文体手法实现这种区分，究竟是字体的大小还是色彩的差异，这要视具体的设计而定。相反，副标题，即各段落之间的标题不能比正文文字大很多，你甚至可以将副标题为和正文文字设置成相同大小，仅仅通过加粗予以突出显示。

磅

米制并不适用于文本处理，此处应当采用排字印刷的基本度量单位体系。其中，点是最小的尺寸单元。人们在常用程序中使用的桌面排版度量单位“磅”大小为0.353毫米，这就意味着，12磅字体大小约为4.5毫米。

杂志的字体大小

下面是一份A4格式的网球俱乐部刊物。放大镜中显示的内容和原文大小一致。

副标题12磅字体。

正文10磅字体。

标题24磅字体。

导读文字用绿色标识，正文10磅字体。

插图说明8磅字体。

字体样式

字体样式在很大程度上影响着可读性。有些字体无论其大小如何就是难以辨识，其中就包括加有涡卷形花饰、装饰性的字体以及带有计算机特征的字体。通常情况下，我们建议避免采用这类字体，虽然在某种程度上，这类字体能为设计增色，但设计者可以借助别的手法加以弥补。

可读性和大小

字体的可读性往往和其大小有关。比如说，有些书写字体虽然带有很多装饰性元素，但如果尺寸很大，依然能够清晰可辨，相反，如果其尺寸很小，文本又很长，读者就完全不能理解了。这方面有一个基本原则：

千变万化

大的，小的，胖的，瘦的，黑的，白的——字体的世界也同样多姿多彩。



schmal 字母之间的空白区域较少。

dick 加粗后很快显得暗沉。

breit 非常显眼。

dünn 该字体需要增强对比度，即白底黑字。

groß 开放的字形增强了可读性。

klein 中间长度。中间长度较小的字体往往很难辨识。

具有重要意义的中间长度

所谓中间长度是指字体底线到最小字母（比如字母a,e,m或u）上边缘的距离，该距离和字体的亮度及可读性密切相关。

标题或者少量文本几乎可以选用任何一种字体，而较长的文本，即所谓的连续文本则最好仅仅选用那些具有开放和清晰字形的字体。具有较高可读性的文字往往品质更佳，因为它们的字间距，即各字母之间的距离较为均衡。相反，品质低劣的文字往往没有经过很好的加工处理。

可读性

不同字体的可读性差异很大。有些字体，即便读者站得较远，周围光线很差，依然清晰可辨，而另外一些字体，即便读者在良好光线条件下凑近阅读，依然难以辨识清楚。

Lesbarkeit

Lesbarkeit

Lesbarkeit

Little Days Alt字体虽然具有一定的装饰性，但无论其字体大小，都清晰可读。

LESBARKEIT

LESBARKEIT

LESBARKEIT

Trashco字体的每个字母都含有大量花哨的图案，这改变了字母的轮廓并削弱了文字的可读性，不过，放大字体可以增强可读性。

LESBARKEIT

LESBARKEIT

LESBARKEIT

Free Hand字体虽然也有清晰的字形，但只有大写字母的样式。尽管原则上讲，大写字母书写的单个词汇往往清晰可辨，但书写体的大写字母则不然，就算放大字体也没用。

Lesbarkeit

Lesbarkeit

Lesbarkeit

有些字体只有达到较大尺寸才具有可读性，极富装饰性的Alraun字体就是这样一个典型案例。12磅字体（上方）几乎难以辨识。

和谐的字形

如果文本中黑色字母和明亮背景之间的比例得当，又能反过来增强文字图片的可读性。有经验的读者在阅读字母时读的不是字母本身，而是文字图片，因此设计者应当确保其清晰可辨。该比例（即文本的灰色效应）受到各字母、各单词以及各字行之间间距的影响。

[字符间距]
人们将各个符号之间的距离称为字符间距。字符间距在很大程度上影响着可读性。品质低劣的字体往往字符间距也极不协调，设计者必须手动加以调整。

在编排文本时，往往无须改变各字母及单词之间的间距就能获得较好的效果。不过，字体越大，字符间距就应相应略微减少。

品质低劣的字体往往字符间距也极不协调。此时，为了获得期望的灰色效应和较好的可读性，你就不得不对其作出调整。

行间距是由设计者——也就是你，自行决定的。对于连续文本而言，你应当选用约120%的字体大小。也就是说，如果你采用了10磅字

调整字符间距

右边案例中三种字体的字符间距和字母间距都很糟糕，你需要对其依次进行调整。


L au f weit en k o r r ek t u r


Laufweitenkorrektur

字符间距总体而言过宽，缩小字符间距，使其变紧。


Lau fweitenkorrektur


Laufweitenkorrektur

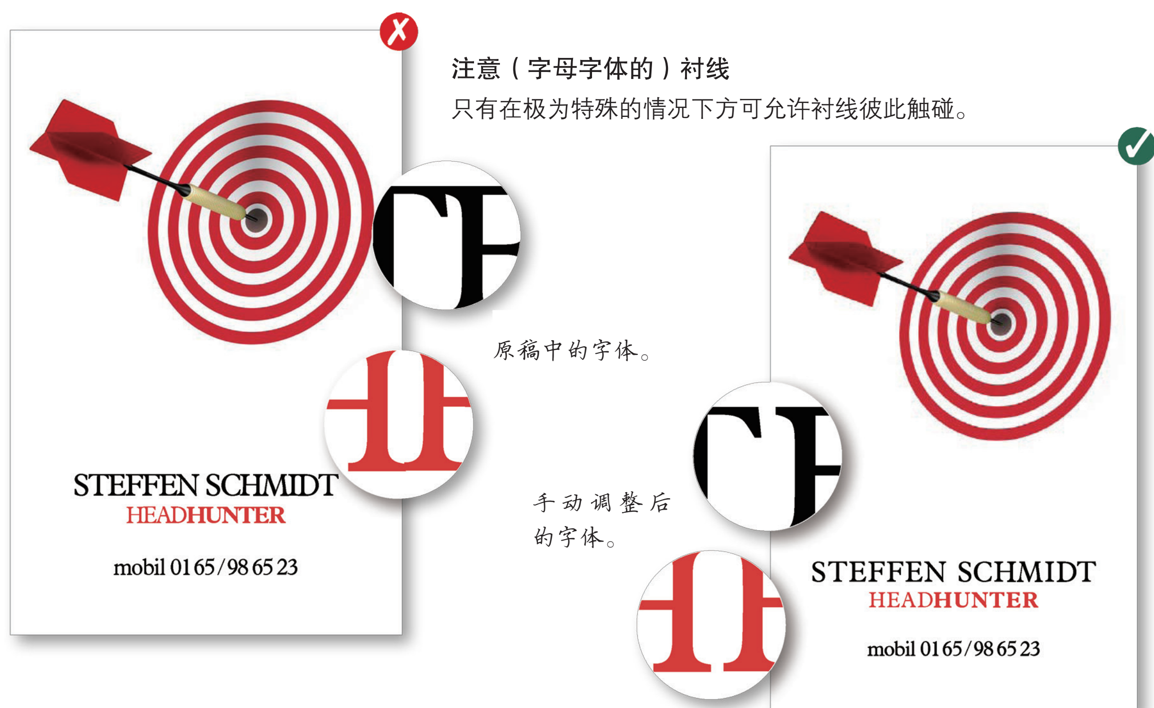

Laufweitenkorrektur

调大字符间距，总体变得更宽。


Laufweitenkorrektur

体，那么行间距应为12磅。字体越大，你就应该按比例相应选用越小的行间距。如果你选用了48磅字体，那么理想的行间距很有可能也是48磅。

这种情况下还需注意一点，无论是水平方向上的字符间距设置，还是垂直方向上的行间距设置，你都要确保各字母彼此不发生触碰。与此同时，间距也不能设置得过大，因为字母之间过多的白色区域会使文本分离。



注意（字母字体的）衬线

只有在极为特殊的情况下方可允许衬线彼此触碰。

原稿中的字体。

手动调整后的字体。

衬线

人们将字母笔画开始和结束处以及底脚处称为衬线。人们也将带有衬线的字体称为衬线字体或者Antiqua字体，而将不含衬线的字体称为无衬线字体或Grotesk字体。

字体的选择：数千种字体——数千种可能性？

现在你已经对所谓好字体的特征有了一定的了解。然而，就某一特定设计而言，哪种字体才是最为恰当的呢？无论是业余爱好者还是专业人士，每个设计者都会面临选择的苦恼，无论手头有20种还是200种字体备选都是一样——你往往会遭遇选择困难症。不妨让我们先好好思考一番，不同字体之间的差异究竟有哪些。

- 特征。
- 形状。
- 线条粗细，字母宽度以及字符间距。
- 样式。

字体特征

在选择字体时，请务必考虑到目标受众以及你想要传达的信息内容。

我们首先来谈一谈字体特征，这是选择字体时最为重要考虑因素之一。每种字体都有属于自己的特征，有一种自己的主题。不同的字体展现出不同的风格，有些优雅，有些鲜明，有些活泼，有些轻快，有些模糊，有些华丽，有些严谨，有些复古，有些时尚。同样，有些字体显得有几分慵懒，而有些字体显得富有活力，有些是常用字体，有些是非常用字体。大多数人都能对这种字体特征产生相似的感觉。如果你为一家古老的酒坊设计一份品酒会的广告，不妨选用一种古老而高贵的字体，或许还带有几分厚实感。如果你为一家礼品商店设计宣传品，那么活泼轻快的字体更加适合。如果你为一家按摩和医疗健身体操诊所设计宣传品，那就应该选用一种宁静却不失力量和活力的字体。总而言之，我们的头脑中必须重新清晰地呈现出目标受众和设计对象。

[字体样式]
人们也将字体风格称为字体样式。

字体越不常用，其运用范围就越有限。比如说，相较于一种常用的无衬线字体，一种极其轻快的字体就很少在设计中得以应用。现在，你不妨自问一下，哪种字体显得复古，哪种字体显得时尚，哪种字体比较轻快，哪种字体又比较不同寻常？我们就此罗列一些简便的法则供你参考。

[字体粗细]
字体粗细是指构成字母的线条的粗细。

- 含有衬线的字体显得古老，同时又散发出高贵的气息。
- 不含衬线的字体显得比较时尚。
- 书写体显得有些轻快，但又比较优雅，这类字体多数色彩明快，令人愉悦。
- 斜体显得富有动感，充满活力。

- 加粗的字体样式显得比较厚重鲜明，或者仅仅是有力而稳定。这类字体多数比较深沉。
- 细而薄的字体样式显得比较得体和保守，不过有的时候会产生一种不确定感。这类字体往往色彩明快，令人愉悦。

字体特征

某种字体的特征必须和设计内容相吻合。你可千万别小看了任何一种字体样式的表现力！

轻快活泼　Chalkboard, Giddyup, Party LET



装饰元素

高贵优雅　AldenteCapsOld, Sriptina



装饰特征

时尚现代　Futura, Member, Syntax



清晰线条

厚实稳重　Arial Bold, TimothyLarge



几乎没有留白

古老陈旧　Lucida Blackletter, HERCULANUM



经过雕凿一般

个性独特　hartmut, MARKYMARKER, Manega



富有表现力

沉稳充实　Riesling, Fraktur, ROSEWOOD



激发联想

字母形状

在评价字体效果时，请注意到各单个字母的形状。它是平滑的还是给人一种不安稳的感觉，是非常圆润的还是富有棱角？此外，你还需要考虑到一些别的设计元素。你采用了图片还是平面图形，图纸还是Logo？它们分别起到了怎样的效果？甚至连照片也能显得圆润柔和或者棱角分明。Logo或许由一些尖角和边缘组成，或者显得弯曲而柔和？请务必选用一种和其他元素互相协调的字体。

哪种字体和图形相匹配?

下列案例中，字体特征应该匹配咖啡杯这个图形。请仔细观察一下该图形：它是否包含弯曲或者笔直的元素？它是平滑的还是波浪状的，朴素的还是花哨的，颜色是浅的还是深的，充实的还是轻飘的，僵硬的还是松软的?



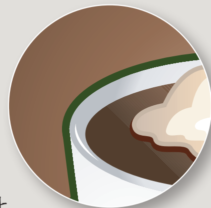


coffee club

这张咖啡杯图片拥有一块背景底色，颜色较深且显得充实。为了与之匹配，你应当选用同样一种令人觉得充实且颜色较深的字体。



内部表面（压花）极小而且非常狭长，这就形成了深色且平面化的字形。



平面化的设计。

该Logo很细，形状稍显不规则，仿佛是手绘出来的，因此显得比较轻快，而且整体感觉非常轻盈。



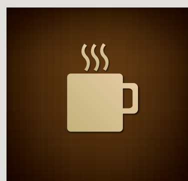


与之匹配的字体同样具有手写体特征，纤细的线条使其显得极为轻盈。圆形曲线并不十分精准，水平线和垂直线也略显不规则。



不规则的形状。

该Logo由水平线和垂直线组成，其显著特征是棱角分明，只有尖角处做了轻微的圆润化处理。

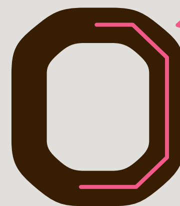


coffee club



轮廓鲜明的边缘和清晰的线条。

棱角分明。



与之相匹配的字体同样没有柔软的圆形曲线，它和Logo一样棱角分明。

亮度

线条粗细、字母宽度以及字符间距决定了字体的亮度效果。同样，亮度也有助于你选择合适的字体。对于有些设计而言，明亮的字体更为合适，比如涉及健康、运动、健身这类题材的设计作品，其中的所有设计元素都应该显得明亮轻快。颜色较深的字体更加适用于那些力量、强度以及安全相关的题材。

请注意反色文字的字体线条是否足够粗。

请注意：对于反色字体，即深色背景上的浅色文字，请避免采用线条特别纤细的字体。在最糟的情况下，这种字体会因为“互相挤压”而根本无法辨读。

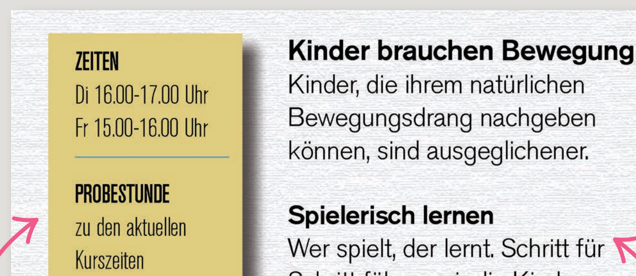
足够的字体变式？

同一种字体可能拥有多种不同的样式。你一定了解粗体和斜体这两种变式，即加粗和变斜。对于同一种字体而言，粗体和斜体的效果全然不

变式

下列课程描述的设计选用了Akzelerat字体，其中呈现了多种字体变式：彩色背景上的文本为长体字，其右侧的文本为粗体和标准体。

同，造成这种差异更多是因为其外形和斜度，而非其特征。有些字体样式繁多，而有些只有一种样式，你在选用字体时也要注意到这个事实。这意味着，比如你要设计一本多页小宣传册，其中包含不同类型的文字，诸如正文、标题、副标题、插图注解以及其他的元素，那么你就应该选择一种拥有多种样式的字体，这样一来，你就能够通过多种变式对其加以区分——插图注解采用斜体，标题采用粗体，正文采用标准体，而副标题或采用半粗体。



黄色框中的Akzelerat长体字（Condensed）和Akzelerat长体加粗字（CondensedBold）。

文本栏中的Akzelerat加粗字（Bold）和Akzelerat小体字（Small）。

不同样式的组合

如果组合的样式源于同一家族，那么几乎不会出现差错。你仅仅需要注意一点，各样式之间的差异不要太大，也不要太小。

✗ Diese beiden Schnitte sind **zu verschieden.**

✗ Und diese beiden **sind zu ähnlich.**

✓ Das hier **funktioniert.**

多种字体样式

Akzelerat字体是拥有多种字体样式的字体之一。从窄到宽，从细到粗，你几乎可以从中找到任何一种你想要的字体样式。

Akzelerat
Akzelerat Italic
Akzelerat Bold
Akzelerat Bold Italic
Akzelerat Condensed
Akzelerat Condensed Bold
Akzelerat Condensed Bold Italic
Akzelerat Condensed Large
Akzelerat Condensed Large Bold
Akzelerat Condensed Large Bold Italic
Akzelerat Condensed Small
Akzelerat Extended
Akzelerat Extended Bold
Akzelerat Extended Large
Akzelerat Ext. Large Bold
Akzelerat Large
Akzelerat Large Bold
Akzelerat Small
Akzelerat Super

字体不当令人难受

如果某字体无斜体或粗体，你千万不要认为可以借助计算机实现这种变式。通过电子手段变斜的字体和真正的斜体看起来完全不同——前者看起来是电子变斜的，因此显得很不专业。

我对字体加粗的要求并不那么严格，不过你还是应该尽可能避免计算机加粗字体的做法。如果你找到了一款合适的字体并想加以应用，但是它只有纤细的变式，或者你手头的预算不足，那么不妨在字体周围加上一圈轮廓，并略微增加一些字母间距。

粗体，好吧

斜体，千万不要

原则上讲，你不能通过电子手段将字体变斜，这会使字体显得很不自然，视具体的字体类型，这多少会令读者感到不自在。右侧的案例向你展示了电子变斜的字体，这类字体无法表现出真正的斜体样式。

电子斜体

✗ **Schriften quälen – das Original**
Schriften quälen – elektronisch kursiviert



✗ Schriften quälen – das Original
Schriften quälen – elektronisch kursiviert

✗ SCHRIFTEN QUÄLEN – DAS ORIGINAL
SCHRIFTEN QUÄLEN – ELEKTRONISCH KURSIVIERT



✗ Schriften quälen - das Original
Schriften quälen - elektronisch kursiviert



真正的斜体能够彰显独特的字母形状，这点在衬线字体中表现得尤为突出，通过电子手段变斜的字体根本无法模拟出这种效果。右侧案例为Adobe Garamond字体：上方是真正的斜体，而下方则是电子的斜体变式。

Kursivierung

Kursivierung

电子粗体



Die Normale

Vergleich – ein fetter Schnitt

Vergleich – elektronisch gefettet





Die Normale

Vergleich – ein fetter Schnitt

Vergleich – elektronisch gefettet



die normale

elektronisch gefettet





Die Normale

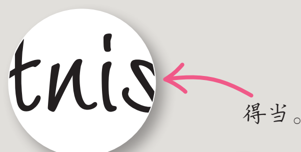
Vergleich – ein fetter Schnitt

Vergleich – elektronisch gefettet



Die Normale

elektronisch gefettet





Die Normale

Vergleich – ein fetter Schnitt

Vergleich – elektronisch gefettet



仅在特殊情况下允许采用电子粗体

电子粗体的效果还算不错，尽管算不上尽善尽美，但是还是比较可取的。作为对照，只要相应字体拥有真正的粗体样式，我们也在此罗列出来。

尽管如此，你还是应当仔细观察某种具体的字体。有些字体的电子粗体效果还算不错：除了轮廓稍微加粗以外，其他方面没有任何变化。相反，另外某些字体可能根本不适合这种改变，一旦加粗之后就会丢失原有的特征和外观，显得很不专业。一些较小的空间，诸如字母“e”内部的空间往往会受到挤压。

鉴于上述分析，我的建议是：请你完全避免使用电子斜体，同时尽可能减少使用电子粗体，可以仅对个别词汇应用电子粗体。

性价比

如果购买一款字体，那么类似于购买一款软件，你事实上购买的并非是字体本身，而是这款字体的使用权。使用该字体需要满足一定的条件，因此，请务必仔细阅读与之相关的一系列使用条件。免费的字体多如牛毛，你也可以从中发现少数几款令人惊喜的优秀字体，但总体而言，这类字体的质量令人堪忧，大多数免费字体既无特殊字符，也无变元音，其中不少只含有单一的样式和字符间距，即各字母之间的距离，编辑者不得不手动加以调整。对于免费字体而言，你还需特别留意其使用许可。通常情况下，这类字体仅供私人使用，即“禁止商业使用”。

对于免费字体，请务必注意其字符范围、质量以及以小号字体显示的附属细则。

市面上也有规模不等的字体供应商，其中很多都会抛出一些免费的字体作为吸引顾客的诱饵。不过浏览某些网站也会发现，上面几乎只提供一些免费的字体。部分特定的网站会定期发布一些免费的字体设计、背景、插图和纹理图案。

大型供应商
www.adobe.de
www.urwpp.de
www.linotype.com
www.myfonts.com
www.fountaintype.com
www.itcfonts.com
www.letterror.com
小型供应商
www.fontsmith.com
www.fontsquirrel.com

免费字体库
www.dafont.com
www.theleagueofmoveabletype.com
www.philsfonts.com
www.schriftarten-fonts.de
有趣的排字印刷网站
http://creativefan.com
www.creativepro.com
www.fontwerk.com
www.slanted.de
http://opentype.info
www.designshard.com

质量损失

如何保证字体的质量？设计者应该视情况尽量减少免费字体或者极其廉价字体的使用。这类字体的字符间距和字形特别糟糕，读者几乎难以辨识。



个人喜好

毋庸置疑，个人喜好也在一定程度上影响着字体的选择。就我个人而言——标准字体中，我从不使用Times、Arial或者Comic Sans字体，我觉得这些字体要么不美观，要么比较陈旧。Verdana、Trebuchet MS、Georgia或者Andale Mono字体是针对屏幕显示加以优化的，因而也不是印制品的最优之选，不过这些字体总比某些免费字体要好些。

字体的组合

[字体Font]
Font的概念相当于德语中的Schrift，即字体。

现在，你终于决定好选用何种字体，那么你还需要第二种字体吗？我的第一个问题是：这两种字体中哪一种应该较为特殊，哪一种应该较为常见？如果你已经决定选用某种较为特殊的字体，比如说某种新艺术字体，一种哥特字体或者一种画笔字体，那么第二种字体就必须退居二线，也就是说不能喧宾夺主。任何情况下，你都不得混合使用两种不常用且极富表现力的字体，这只会导致两败俱伤。

从另一方面讲，你也不能使用两种过于接近的字体。组合使用的两种字体不能都很宽，都很窄，都很亮或者都很深。与此同时，组合使用的两种字体也不能差异过大。或许你会提出，这不是自相矛盾吗？这可不一定。一方面，我们不能将“两种字体不能过于类似”这一规则极端化，因为过于纤细的字体会被非常厚实的字体完全掩盖掉，另一方面，你也应当注意字体线条特征的相似性。线条粗细有所变化吗？还是均匀不变？关注这个细节将有助于你做出决策，因为你所选用的第二种字体应当同样具有不断变化或者均匀不变的线条粗细。这样一来，组合使用的两种字体就会拥有相似的特征，显得浑然一体而不会彼此压制。



^ 一个蛋……
组合使用的两种字体应当既不过于相似，也非全然不同。

字体粗细

所谓字体粗细指的是构成字母的线条粗细。有些字体具有多种样式，既有极为纤细的线条，也有较粗的线条。甚至一种样式内部也可能拥有不同的线条粗细，比如说Garamond，与之相反，诸如Arial这样的字体线条粗细几乎不变。

字体粗细

某种字体的粗细可以均匀不变，也可以不断变化。

Haw

Arial字体的粗细几乎均匀不变。

Garamond字体的粗细不断变化。

Haw

新艺术字体

Arnold Böcklin字体很好地展现了新艺术字体的花边元素。

花边元素。



Arnold Böcklin

哥特字体

哥特字体中的圆滑曲线被打断，显得一折一顿。口语中，我们也将该字体称为德文字体。

Wilhelm Klingspor Gotisch



不圆润，一折一顿。

画笔字体

画笔字体拥有显著的手写体特征和略不规则的线条粗细，似乎就是由画笔书写出来的。



不规则的线条粗细。

Brush Script

混合字体的检查清单

如果你要混合使用多种字体，请务必注意下列检查清单。相关案例请参见右页。

1. A字体是否为一种醒目的弯曲字体？如果是，那么B字体应该较为保守。Zapfino和Garamond的字体组合就是如此。较大的Zapfino书写体比较显眼，引人注目，而Garamond字体则是一种广泛使用的常见字体，它不失优雅之风，因而和同样优雅的Zapfino比较搭配，但Garamond字体又不是特别引人注目，在组合使用中能够起到陪衬的作用。
2. A字体太宽？那么最好搭配选用具有一般宽度或者较窄的B字体。
3. A字体的线条粗细均匀不变？那么B字体的线条粗细最好同样均匀不变，比如说Caflisch Script Pro和Verdana的字体组合。Caflisch Script Pro虽然是一种手写体，但是线条粗细相对均匀，而Verdana作为一种无衬线字体，线条粗细同样均匀不变，这两种字体组合非常和谐，不会互相排斥。
4. A字体含有衬线？那么B字体不应有衬线，即最好选用一种书写体，一种手写的字体变式，一种无衬线的字体，或者具有某种别的非常见特征的字体。Myriad和Minion Pro这两种字体都清晰易读，搭配在一起也很协调——其中前者没有衬线，后者含有衬线。
5. A字体不含衬线？那么请搭配采用一种含有衬线或者拥有某种别的非常见特征的字体。请避免混合使用两种含衬线字体。
6. A字体越醒目越特别，B字体就应该越保守越传统。比如选用了醒目的Hongkong字体，那么就应该为其搭配一种保守而朴素的字体，同时其特征和线条粗细也应和第一种字体相吻合。Minion Pro字体和Hongkong字体很搭配，因为两者都有粗细变化的线条，又能分出主次。
7. 原则上讲，你可以放心地搭配使用同一个字体家族中的几种字体，比如这里的TheAntiquaB。仅需注意一点，组合使用的几种字体样式既不要过于接近，也不要差异太大。

[字体家族]
某种字体的所有样式都属于同一字体家族。一个较小的字体家族往往包含有标准体、粗体、斜体和粗斜体这几种字体样式，也有一些字体家族拥有更多的样式。

不要组合使用互相冲突的字体。

1. *Sie wollen heiraten?*

Dann kommen Sie zu uns.

2. SPORT IST MORD?

Das muss nicht sein.

3. Ein unvergessliches Erlebnis.

Tanzabend für Singles

4. Die Zeit ist reif.

Sind Sie bereit für den ersten Schritt?

5. **Schlafstörungen?**

Mit Repinol kehrt die Ruhe zurück.

6. **HONGKONG**

Asiatische Spezialitäten in Berlin

7. Vertrauen Sie Ihren Nachbarn?

Man kann nie wissen.

组合与字体大小

原则上讲，组合两种大小相同的字体更为容易。也就是说，读者不会马上分出两者的主次。与之相反，如果你觉得两种字体中的某种字体过于黯淡，根本无法引人注目，不妨通过调整字体大小使其显得更为协调。



华丽和朴素

单词“Design”使用了Rough Draft字体，该字体鲜明有力且独具风格。作为搭配，我们应该选用一种比较保守传统的无衬线字体。如果两种字体的大小有所差异，那么这种组合就会显得更加和谐。

色彩选择

上述案例的配色令人感觉清爽舒适。请注意，必须确保绿色背景上的深灰色以及白色文字清晰可读。

DESI

Wir wollen uns bei unse
bedanken für ihre Treue

DESI

白色的Rough Draft字体就显得不那么华丽和醒目。

字体组合案例

我们在此罗列一些较好的字体组合案例，你可以不假思索地直接采用。其中某些组合，你应该选用不同大小的字体。

- Franklin Gothic和Palatino字体
- Zapf Chancery和Palatino字体
- Zapf Chancery和Garamond字体
- Tahoma和Times字体
- Garamond和Frutiger字体
- Garamond和Coronet字体
- Futura和Times字体
- Time和Helvetica字体
- Gill Sans和Garamond字体
- Rockwell和Frutiger字体
- Minion Pro和Myriad字体
- Minion Pro和Futura字体
- Bembo和Gill Sans字体
- Avenir和Garamond字体
- Memphis和Avant Garde字体
- Arial和Times字体

组合字体必须和设计目标受众及宣传对象相匹配。

较长文本和多页面设计

如果你要设计的是一本小宣传册或者一份传单，那么就面临着多页面设计的处理，而对于读者而言，阅读多页面的文本也蕴含着挑战。通过下列方式进行设计，读者能够更好地阅读你的作品。

- 文本分段。比如说，你可以在两段文字之间留出一个空白行。
- 借助副标题划分文本。读者能够一眼了解全文概况，并直接跳到他感兴趣的段落。
- 避免过多的分隔，这有碍于阅读的流畅性。含有四个字母的单词不能再做分隔，分隔符之前至少应有两个字符，单词尾部至少保留三个字符，最多连续分隔三次。通常情况下，你可以在软件中进行上述设置。

行长

有的时候，出于疏忽，读者可能会重复阅读同一行文本两遍，或者跳过某一行文本。不当的行长往往是导致出现这种情况的罪魁祸首。如果文本行长过长，眼睛就无法同时捕捉该行的开头和结尾，回头再看时就会

陷入某种混乱。不过，过短的文本行长也会令读者感到不适，因为为了阅读不断换行的文字，读者的眼睛不得不一直来回移动。正因如此，你必须注意采用最为理想的行长——所谓的行长理想值应包含40～60个字符，其中也包含空白区域、标点符号以及特殊符号。

标题

标题必须醒目！

你现在想必已经知道，优先等级的设置是一项重要的设计手法，其中也包括突出显示某些文本内容，比如说标题。标题往往会选用某种较大的字体，而且通常会通过一种不同的样式呈现，比如说粗体或者彩色体。

线条纤细的大型字体往往散发出优雅的气息，但与此同时也很有可能起不到传达信息和引人注目的预期效果。



标题过小的语言学校的宣传广告

左侧案例为一家线上语言学校的宣传广告，界面友好亲切，空间布局和谐，配色也很协调，但在这第一版设计中，标题实在不够引人注目，读者只有努力搜寻才能获取最为重要的信息。

WAR ES SELBSTMORD?

Er hörte leise Schritte hinter sich. Das bedeutete nichts Gutes. Wer würde ihm schon folgen, spät in der Nacht und dazu noch in dieser engen Gasse mitten im übel beleumundeten Hafenviertel? Gerade jetzt, wo er das Ding seines Lebens gedreht hatte und mit der Beute verschwinden wollte! Hatte einer seiner zahllosen Kollegen dieselbe Idee gehabt, ihn beobachtet und abgewartet, um ihn nun um die Früchte seiner Arbeit zu erleichtern? Oder gehörten die Schritte hinter ihm zu einem der unzähligen Gesetzeshüter dieser Stadt, und die stählerne Acht um seine Handgelenke würde gleich zuschnappen? Er konnte die Aufforderung stehen zu bleiben schon hören. Gehetzt schon hören. Gehetzt sah er sich um. Plötzlich erblickte er den schmalen Durchgang. Blitzartig drehte er sich nach rechts und verschwand zwischen den beiden Gebäuden. Beinahe wäre er dabei über den umgestürzten Mülleimer gefallen, der mitten im Weg lag. Er versuchte, sich in der Dunkelheit seinen Weg zu ertasten und erstarrte: Anscheinend gab es keinen anderen Ausweg aus diesem kleinen Hof als den Durchgang, durch den er gekommen war. Die Schritte wurden lauter und lauter, er sah eine dunkle Gestalt um die Ecke biegen. Fieberhaft irrten seine Augen durch die nächtliche Dunkelheit und suchten einen Ausweg. War jetzt wirklich

WAR ES SELBSTMORD?

Er hörte leise Schritte hinter sich. Das bedeutete nichts Gutes. Wer würde ihm schon folgen, spät in der Nacht und dazu noch in dieser engen Gasse mitten im übel beleumundeten Hafenviertel? Gerade jetzt, wo er das Ding seines Lebens gedreht hatte und mit der Beute verschwinden wollte! Hatte einer seiner zahllosen Kollegen dieselbe Idee gehabt, ihn beobachtet und abgewartet, um ihn nun um die Früchte seiner Arbeit zu erleichtern? Oder gehörten die Schritte hinter ihm zu einem der unzähligen Gesetzeshüter dieser Stadt, und schon hören. Gehetzt sah er sich um. Plötzlich erblickte er den schmalen Durchgang. Blitzartig drehte er sich nach rechts und verschwand zwischen den beiden Gebäuden. Beinahe wäre er dabei über den umgestürzten Mülleimer gefallen, der mitten im Weg lag. Er versuchte, sich in der Dunkelheit seinen Weg zu ertasten und erstarrte: Anscheinend gab es keinen anderen Ausweg aus diesem kleinen Hof als den Durchgang, durch den er gekommen war. Die Schritte wurden lauter und lauter, er sah eine dunkle Gestalt um die

Er hörte leise Schritte hinter sich. Das bedeutete nichts Gutes. Wer würde ihm schon folgen, spät in der Nacht und dazu noch in dieser engen Gasse mitten im übel beleumundeten Hafenviertel? Gerade jetzt, wo er das Ding seines Lebens gedreht hatte und mit der Beute verschwinden wollte! Hatte einer seiner zahllosen Kollegen dieselbe Idee gehabt, ihn beobachtet und abgewartet, um ihn nun um die Früchte seiner Arbeit zu erleichtern? Oder gehörten die Schritte hinter ihm zu einem der unzähligen Gesetzeshüter dieser Stadt, und die stählerne Acht um seine Hand- schon hören. Gehetzt sah er sich um. Plötzlich erblickte er den schmalen Durchgang. Blitzartig drehte er sich nach rechts und verschwand zwischen den beiden Gebäuden. Beinahe wäre er dabei über den umgestürzten Mülleimer gefallen, der mitten im Weg lag. Er versuchte, sich in der Dunkelheit seinen Weg zu ertasten und erstarrte: Anscheinend gab es keinen anderen Ausweg aus diesem kleinen Hof als den Durchgang, durch den er gekommen war. Die Schritte wurden lauter und lauter, er sah eine dunkle Gestalt um die Ecke biegen. Fieberhaft irrten seine

WAR ES SELBSTMORD?

Er hörte leise Schritte hinter sich. Das bedeutete nichts Gutes. Wer würde ihm schon folgen, spät in der Nacht und dazu noch in dieser engen Gasse mitten im übel beleumundeten Hafenviertel? Gerade jetzt, wo er das Ding seines Lebens gedreht hatte und mit der Beute verschwinden wollte! Hatte einer seiner zahllosen Kollegen dieselbe Idee gehabt, ihn beobachtet und abgewartet, um ihn nun um die Früchte seiner Arbeit zu erleichtern? Oder gehörten die Schritte hinter ihm zu einem der unzähligen Gesetzeshüter dieser Stadt, und die stählerne Acht um seine Handgelenke würde gleich zuschnappen? Er konnte die Aufforderung stehen zu bleiben schon hören. Gehetzt schon hören. Gehetzt sah er sich um. Plötzlich erblickte er den schmalen Durchgang. Blitzartig drehte er sich nach rechts und verschwand zwischen den beiden Gebäuden. Beinahe wäre er dabei über den umgestürzten Mülleimer gefallen, der mitten im Weg lag. Er versuchte, sich in der Dunkelheit seinen Weg zu ertasten und erstarrte: Anscheinend gab es keinen anderen Ausweg aus diesem kleinen Hof als den Durchgang, durch den er gekommen war. Die Schritte wurden lauter und lauter, er sah eine dunkle Gestalt um die Ecke biegen. Fieberhaft irrten seine Augen durch die nächtliche Dunkelheit und suchten einen Ausweg. War jetzt wirklich

WAR ES SELBSTMORD?

Er hörte leise Schritte hinter sich. Das bedeutete nichts Gutes. Wer würde ihm schon folgen, spät in der Nacht und dazu noch in dieser engen Gasse mitten im übel beleumundeten Hafenviertel? Gerade jetzt, wo er das Ding seines Lebens gedreht hatte und mit der Beute verschwinden wollte! Hatte einer seiner zahllosen Kollegen dieselbe Idee gehabt, ihn beobachtet und abgewartet, um ihn nun um die Früchte seiner Arbeit zu erleichtern? Oder gehörten die Schritte hinter ihm zu einem der unzähligen Gesetzeshüter dieser Stadt, und die stählerne Acht um seine Handgelenke würde gleich zuschnappen? Er konnte die Aufforderung stehen zu bleiben schon hören. Gehetzt schon hören. Gehetzt sah er sich um. Plötzlich erblickte er den schmalen Durchgang. Blitzartig drehte er sich nach rechts und verschwand zwischen den beiden Gebäuden. Beinahe wäre er dabei über den umgestürzten Mülleimer gefallen, der mitten im Weg lag. Er versuchte, sich in der Dunkelheit seinen Weg zu ertasten und erstarrte: Anscheinend gab es keinen anderen Ausweg aus diesem kleinen Hof als den Durchgang, durch den er gekommen war. Die Schritte wurden lauter und lauter, er sah eine dunkle Gestalt um die Ecke biegen. Fieberhaft irrten seine Augen durch die nächtliche Dunkelheit und suchten einen Ausweg. War jetzt wirklich

引人注目的标题

此处展示了标题的几种不同设计。左上方和上方中间的设计中，标题完全被淹没，右上方的设计略好，但标题总显得有些不确定。左侧的两个案例中，标题极为醒目——设计标题就应该达到这样的效果。

改良版设计

在第二版设计中，设计者明确了不同内容的优先等级并相应做出了区分：标题更为清晰，Logo和宣传语变得更大，网页地址也更加醒目。

langus online
sprachschule

Testen Sie uns unverbindlich
2 Wochen freier Zugang zu allen Kursblöcken
http://www.langus-online.de



Online lernen

Über 30 Sprachen
Jedes Niveau
Sie bestimmen die Lernzeiten
Individuelle Geschwindigkeit
Zugang von jedem Computer

LERNEN SIE, WO UND WANN SIE WOLLEN!



Wir bieten in Englisch, Spanisch, Italienisch, Deutsch und Französisch ein breites Spektrum von Sprachkursen an. Unser Sprachtraining bereitet auf anerkannte Sprachprüfungen vor. Das Ziel eines jeden Trainings ist die Verbesserung Ihrer Sprechfähigkeit. Deshalb unterrichten wir in unserer Sprachschule in kleinen Gruppen - und natürlich im Einzelunterricht. Dadurch ist es uns möglich Kommunikation und Konversation in den Vordergrund zu stellen. Unsere Lehrerinnen

多页面文本

某些元素或色彩的重复出现能使各页面更具整体感。

很多设计中都会出现下列两种拼版错误，你应该加以避免：某段文字的最后一行不能成为新一页的首行，同样，某段文字的第一行甚至是副标题也不能成为某页的最后一行。一旦出现这种情况，你应该调整文本，若无法调整文本，就应该改变文本栏的高度，行间距或者其他参数值，从而确保至少有连续两行文本同时出现，最好是三行。

底线

[拼版]
所谓拼版是指文本行和版面布局的匹配，它规定了应该在哪里分隔各行文本。

本书反复强调设计线和设计轴的种种益处。多页面文本中会出现更多的线条，你应予以重视：底线或者说套版精度。所谓底线是指字母下边缘所构成的线条。正反两面以及相邻页面上的这些底线都应齐高，该规则同样适用于含有多个文本栏的单页设计。一方面，这种套版精度可以令设计显得整齐划一、一目了然；另一方面，如果背面的文字透过纸张映射出来并和正面文字交错，这会妨碍观众对正面文字的阅读。

三行连续布局的文本
某文本栏的结尾处以及起始处至少应有两行，最好是三行连续布局的文本。


Um eine Tennisbegegnung (auch Match genannt) zu ge-
winnen, ist eine vorher festgelegte Anzahl von Sätzen zu
gewinnen. Meist wird auf zwei Gewinnsätze gespielt, im
Herrentennis bei großen Turnieren (Grand-Slam, Davis-
Cup)[4] auch auf drei. Ein Satz unterteilt sich in einzelne
Spiele. Ein Spieler gewinnt einen Satz, wenn er 6 Spiele
gewinntundgegenüberdemGegnereinenVorsprungvon
mindestens zwei gewonnenen Spielen hat, z.B. bei Spiel-
ständen 6:4 oder 7:5. Haben beide Spieler 6 Spiele ge-
wonnen, wird meist ein Tie-Break gespielt, der den Satz
entscheidet. Innerhalb eines Spiels müssen Punkte erzielt
werden.
Dabei wird der erste Punktgewinn eines Spielers als
15, der zweite als 30 und der dritte als 40 gezählt wird.
EinvierterPunktgewinnentscheidetdasSpiel,soweitder

Das Profil der Schuhe ist mit ausschlaggebend für ein erfolg-
reiches Spiel. Wer sich hier auskennt, hat klare Vorteile.

GewinnerdanneinenVorsprungvonzweiPunktenhat,z.B.
beim Spielstand 40:30. Bei einem Spielstand von 40:40
spricht man vom Einstand.

Wer läuft, gewinnt

Gelingt es seinem Gegner, den Punkt für sich zu entschei-
den, so ist der Spielstand erneut „Einstand". Es wird dann
solange gespielt, bis ein Spieler, der „Vorteil hat", den dar-
auf folgenden Punkt erzielt.
Das Recht auf den Aufschlag steht innerhalb eines
Spieles alleine einem Spieler zu und wechselt im nächs-
ten Spiel. Die Seite, von der der Aufschlag auszuführen
ist, wechselt mit jedem Punkt, wobei der erste Aufschlag
von der aus Sicht des Aufschlägers rechten Seite ausge-
führt werden muss. Man bezeichnet die rechte Seite der
Spielhälfte auch als Einstandseite, die linke als Vorteil-
seite. Die Spieler wechseln die Seiten, wenn die Summe
der im Satz gespielten Spiele ungerade ist. Tie-Break: Bis
1970 konnte ein Satz ab dem Spielstand von 6:6 nur mit
zwei Spielen Unterschied gewon-
nenwerden. Da der aufschlagende

某文本栏结尾处某新起段落的前三行布局在一起。

某文本栏起始处某段落的末三行也应布局在一起。这种布局在标题前显得尤为重要，否则，文本块就会显得支离破碎。

套版能使设计整齐划一

确保套版精度是一项重要的设计手法，它能使任何一个设计显得整齐有序、一目了然。如此处案例所示，这一点对于富有速度感和非常规的设计而言尤为重要。

文本块的设计充满变化。

套版精准。

前后一致的设计

原则上讲，设计多个页面时应使其风格一致，具有整体性。也就是说，不能把第一页设计成某个样子，把第二页设计成完全是另外一种样子，而第三页则又包含了一种全新的设计。你可以反复使用某些Logo、色彩、装饰性元素以及字体类别和大小。或许你担心完全的统一会显得有些枯燥——其实，你并不必确保每页的设计元素完全一致，它们可以有少许的变化，或者你可以提高其在背景上的亮度。

突出显示

你想突出显示某个或多个单词吗？或许某家汽车修理厂在宣传广告中想突出几项服务内容，从而引起读者的特别关注，或者某家珠宝商店或者礼品商店想要设计一张明信片并突出标注其营业时间。选用斜体字显得非常朴素，而选用半粗体或者粗体则会略微醒目些，不过也会更多地影响到阅读的流畅性。采用小体大写字母能够彰显你的品位，不过只有精选的高品质字体才有这种变式，这类字体的价格也往往更为高昂。

小体大写字母

小体大写字母是某种字体的变式之一，其中，小写字母的形状如同大写字母，但高度却和普通的小写字母一样。

Kapitäl　VERSAL　Kleinbuchs

小体大写字母　大写字体　大写和小写字母

设计手法——醒目字体

设计者采用醒目字体突出显示某些单词以及段落，与此同时实现了文本的设计。各式各样的醒目字体都能成为很好的设计元素。

醒目字体

斜体字是一种非常中规中矩的字体样式，也被称为italic字体。如果希望字体略微醒目些，不妨选用半粗体或者粗体，不过这种字体会在一定程度上影响阅读的流畅性。采用小体大写字母能够彰显良好的个人品味，但只有精选的高品质字体才拥有这种字体样式，往往价格较为高昂。当然，你也可以选用单纯的大写字母替代小体大写字母。我们有一个小贴士：将大写字母的字体尺寸缩到最小，然后最好将其嵌入正文中。

尽量避免采用疏排字，下划线更加适用于标题，而非文本中的突出显示。



字体家族

胖或瘦、窄或宽、斜或直——即便是同一家族的字体也会多姿多彩，富有变化。

最后，如果不用小体大写字母，你也可以直接选用大写字母和大写字体。我有一个小建议：对于镶嵌在正文中的大写字体，不妨将其尺寸调到最小，这样两者最为协调。这种区分更加适用于标题，而非文本的突出显示。

还有一种方法可以突出显示部分单词，即改变字体颜色，但在运用时必须多加小心，我们将在下一章节中论述这种手法。

字体的颜色

只有具备足够的对比，文本才清晰可读。

你见过一本黑底白字的书吗？或者一本白底红字的书？反正我从未见过，我确信你也未曾见过。原因很简单：阅读一本书籍和阅读较长的文本一样，读者总是特别希望这个过程是轻松愉快的，期间不会有疲劳感，就此而言，白纸黑字就是最佳之选。所有其他的色彩组合都没有白底黑字那样清晰可辨。

当然，你并不是只能进行黑白式的设计，一张名片或者一份单页传单如果采用黑白设计就很难赢得读者的关注。正因如此，你在选用字体颜色



此处，字体和背景之间缺乏对比。

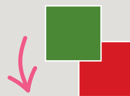


颜色选择

这些颜色本身并无什么问题，只不过设计者不应直接将它们统统叠加起来，同时还应注意其能形成足够的对比。

毫无对比的高校宣传单

第一版设计中，文本和背景之间缺乏对比。此外，红绿配色显得很刺眼，因为绿色背景上的红色文字会快速闪烁。



避免红绿配色。



时要有意识地将其视为一种设计手法，同时还要注意，色彩和亮度之间要形成足够的对比，即充分的差异。如果文本颜色很亮，那么背景颜色就要深些。设计中允许使用这种反色文字，但是由于其可读性不高，仅仅适用于较短的文本。

文字和背景应该避免使用两种互相冲突又极为刺眼的颜色，比如说绿底红字的配色。如果手头只有这两种颜色可供选择，那么文字最好选用非常暗的红色，而背景最好选用非常浅的绿色，这样两者才能形成足够的对比。

改良版设计

改良版设计拥有足够的对比，配色也比较得当，看上去引人入胜、令人舒适。



红色仅出现在Logo中。







充分的对比。



尽管对比度不大，但是较大的字体依然确保了文本的可读性。

字体排印的检查清单

最后，我们还在此罗列了一张检查清单，这些检查项也很重要，你可以逐项对照，避免出现那些最为严重的字体排印错误。

- 不要混合使用过多不同的字体，两种不同的字体就已足够。
- 字体大小的种类以及醒目字体的种类不宜过多。
- 大写字母的文本绝对不能采用书写体或者手写体，同样不宜采用诸如哥特体这样一折一顿的字体。
- 增加反色文本的字母间距。
- 注意在文本和背景间形成足够的对比。
- 注意标点符号的正确运用：连续使用三个感叹号并不能增加说服力，反而只会显得极不专业。使用正确的前引号和后引号，避免出现连续两个空格，避免字母和标点之间出现空格。
- 文本要分段，注意足够的留白。
- 注意选用正确的行长。
- 字母中不要出现颜色渐变或者花哨的填充。

特殊情况：以图片为背景的文字

人们常常采用图片作为背景元素并将文字置于其上方。这完全没有问题，前提是图片区域不含重要的设计对象，也没有强烈的色彩变化。此外，该区域的主色及亮度都应基本保持不变。其实，文本的色彩选择并非难事：如果图片较浅，就选用颜色较深的文字，如果图片较深，就选用颜色较浅的文字，总之，只有足够的对比才能确保可读性。

如果图片背景上方含有文字，该图片不宜过于华丽。

对于深色图片上的浅色文字，千万不要使用线条过于纤细的字体，拥有较多涡卷形花边的字体同样不易辨识。你还需注意，所有字母都确实清晰可辨——有的时候，某个图片细节会显得与众不同，这样一来，读者就会对位于其上方的文字视而不见。



文字应该放置在何处?

我们要在图片区域找到一处明亮、清爽同时又位于版面中心的位置用于布局文字。



位置选择不当

在第二版设计中，顾客希望选用另外一张图片，但该图片中没有既足够大又足够明亮，而且还未被图画占据的区域，设计者也就无法找到合适的位置放置文本。



自调亮

小技巧：如果你在图片中无法找到放置文本的合适位置，不妨采用一个小技巧：将希望变亮的区域手动调亮，比如说可以在该区域上方设置一块透明带。



此处明亮背景上方的黑字更加清晰可读。



备选方案：深色背景上的白色文字。

为设计配色

黑色用于设计讣告，红色用于设计喜帖，粉红色用于设计公司庆典邀请函——显然，每种颜色都有自己的色彩效应和主题思想，每位读者被不同颜色所激发出来的感受也不必然相同，这就使得色彩的选择显得尤为困难。不过，某些配色，至少在欧洲范围内，是完全可以通用的。

传统、文化、象征意义、生活环境和波长

每个人都有自己的颜色偏好，尽管如此，每种颜色还是有通用的色彩效应。

为什么某种颜色会令人感到害怕，而另一种颜色令人感到平静安宁，第三种颜色又会让人觉得发冷？颜色的效果根植于我们的文化历史，比如说最初生成这种色彩颜料的珍贵性。另外，象征性意义也起到一定的作用，这种象征性意义是千百年来形成的，而我们从小就浸润在其中。此外，我们的生活环境也会赋予某种颜色特定的含义，比如说绿色在我们的文化里比较普通，但在诸如沙漠部落这样的其他一些文化里却极为神圣。最后，每一种颜色都有自己的波长，这会引发观众从热到暖直至寒冷的不同感受。

红色

爱、能量、自信、战争、血液、侵略、危险、魔鬼。

蓝色

忠诚、水、天空、浪漫主义、舒适感、忧郁、严谨、寒冷、无边无际、沮丧。

黄色

辐射出来的明亮、好感、太阳、夏日、羡慕、妒忌。

橙色

温暖、太阳、友好、醒目、廉价、耀眼、侵略。

色彩效应

每种颜色都有一些积极和消极的特性及概念与之相匹配。请注意，某些颜色的色调越明亮，其色彩效应就越弱，比如说，这点在紫色增亮为淡紫色及丁香色后表现得就尤为明显。



解放、神秘、灵性、死亡、僧侣。其色调越亮，颜色越趋向于淡紫色，这种色彩效应越弱。



视其亮度不同，灰色会更加趋向于白色或者黑色的特性，总体上得体朴素、中规中矩，因此能够很好地与其他颜色搭配使用，同时又不偏不倚、中性、暗淡、古老。



希望、活力、生机勃勃、自然、环境、健康、信任、不成熟、毒药。



大地、环境、自然、纳粹主义、贫穷、死亡。



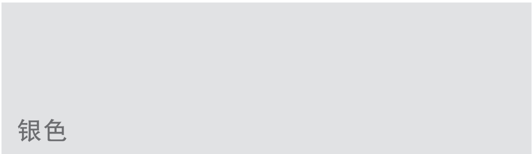
优雅、孤僻、价值、权力、寒冷、死亡、悲伤。



明亮、光线、幸运、纯洁、干净、愉快、抽象、新开始、空虚、无辜。



温暖、财富、幸运、忠诚、太阳、权力。



谦虚、明亮、明净、寒冷。

色环的用途是什么？

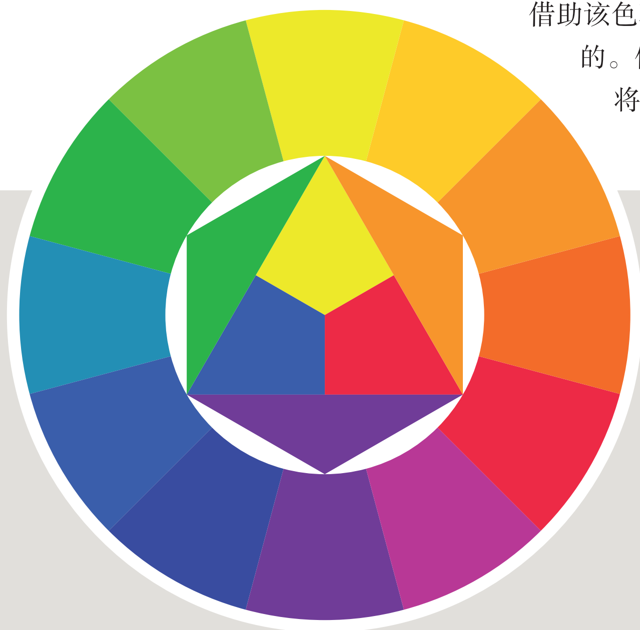
色环能够呈现并形象地阐明各色彩之间的关系。借助色环这项简单的工具，我们能够找到各种颜色并加以混色，还能组合各种颜色搭配使用。

数百年来，艺术家、心理学家以及科学家们都孜孜不倦地尝试着构建出一个合适的色环。你可能会问，为什么没有“一个正确的色环”？原因很简单：颜色的描述凭借的不仅只有数学值，而且还有观者的感受。根据观者的视角不同——比如说艺术家、技术人员或者心理学家，有可能相应生成各不相同的色彩模型。

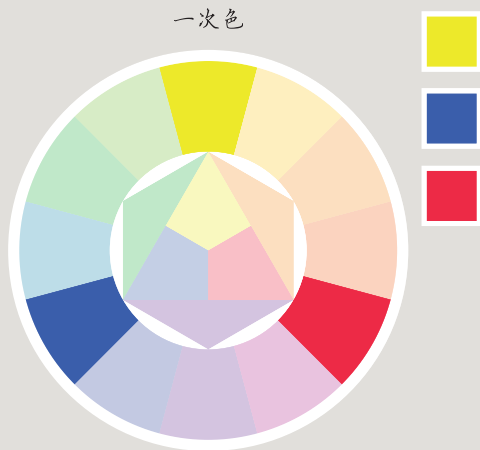
色环的构造

为了简便起见，我们此处采用了约翰内斯·伊顿的色环。他的模型也会受到异议，人们认为其中的色彩混合在印刷中并不正确，并未将色彩原原本本地再现出来：尽管如此，对我们而言，他的色环依然是最合适的。

借助该色环，我们能够理解色彩彼此间是如何作用的。伊顿的色环首先展示了12种不同的颜色并将整个可见光区域构成了一个圆环。一次色中的三原色分别为蓝色、黄色和红色，位



可见光的12种基本色。



一次色

于其之间的颜色为二次色，即橙色、紫色和绿色。每种一次色和二次色之间都有一种三次色，整个色环中共有六种三次色。

通过这种理论上的色彩混合，我们可以看到，该色环中共有七种颜色含有某种基本色，比如蓝色。黄色和红色也是同样。

冷色和暖色给人的色彩印象是毋庸置疑的。

我们可以通过下列几个参数定义某种颜色。

- 颜色的特征，即其原本的色调。
- 亮度。
- 饱和度，即纯度。

冷和暖

正如我们所知，不同的颜色会激发观众不同的感受。我们可以将这些感受分为暖感和冷感，这样一来，各种颜色也就相应被称为暖色和冷色。

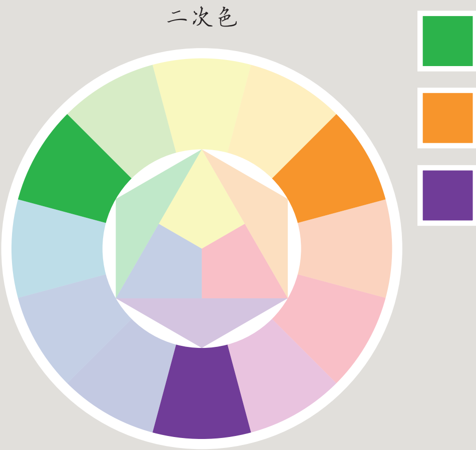
从黄到红至棕的一系列颜色都被称为暖色，这类颜色基本上都能激发一些愉悦的感受，比如亲近感和爱。相反，诸如蓝色、绿色以及灰色这样的冷色则会激发一种距离感和客观感。

色彩的温度

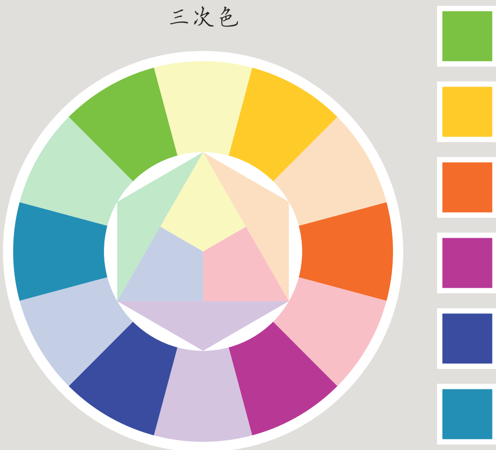
上方是八种暖色，下方是八种冷色。



二次色



三次色

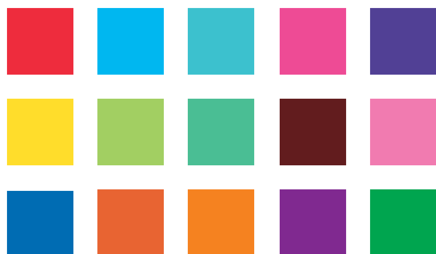


色彩的组合

现在你已对某单个颜色的色彩效应有了一定的了解。那么，你又应该为其搭配哪种颜色呢？

- **鲜明有力，五彩缤纷**

  如果你需要一些纯粹的、鲜明有力的颜色，不妨采用一次色，即蓝色、黄色和红色。如果你不想使用单色，而想组合其中两种或者全部三种颜色，那就会形成极其鲜明的对比效果，同时整个设计显得五彩缤纷，这可能比较适用于儿童。



针对孩子们的色彩集

孩子们喜欢纯粹而鲜明有力的颜色。左边的色彩集展示了其中一些案例，以儿童为目标受众的设计可以采用这些色彩。





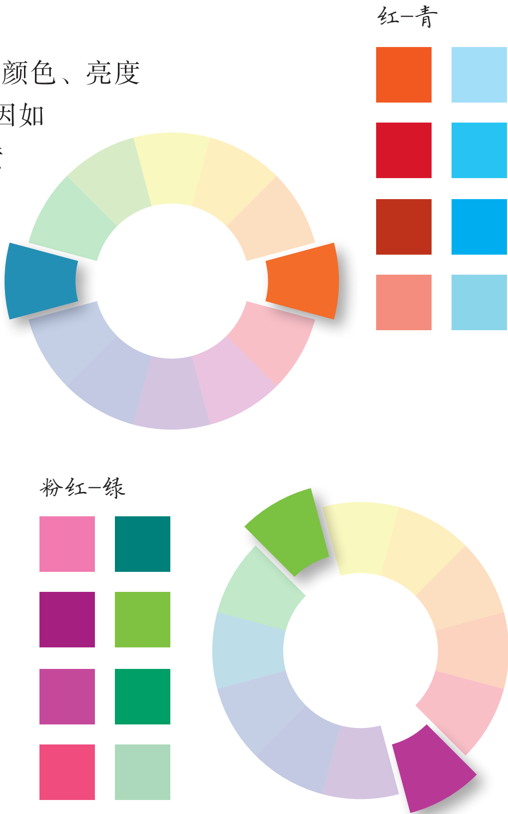
采用儿童色彩的广告

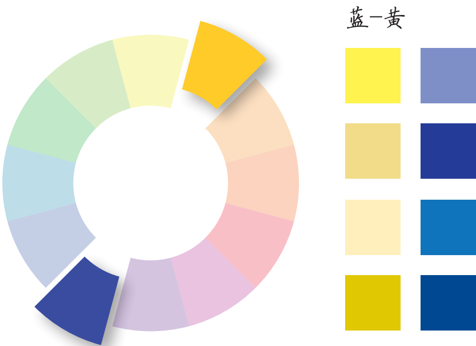
五彩缤纷的配色显得富有儿童气息，也迎合了儿童的喜好。文本框的颜色从图片中提取，分别是一次色中的三原色。

- **鲜明有力，协调和谐**

  互补色的混合也能达到相似的效果。所谓互补色是指在色环中恰好处于对位的那些颜色。举例而言，常见的互补色包括黄色和蓝色，绿色和红色。不过，视具体的色环模型，这些颜色也会略有波动。比如说在伊顿的色环中，青色和橙红色处于对位。

  互补色的组合往往比较协调，不过视具体选用的颜色、亮度和饱和度，这种组合也具有很强烈的对比度。正因如此，这类色彩组合更适合用于吸睛元素，而非朴素的背景。





Logo中的互补色

由于该Logo运用了浅蓝色和深黄色（接近于橙色），因此其构成的对比并不十分鲜明。

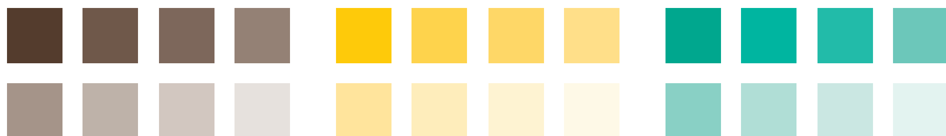


使用黄色，而非橙色

使用纯粹的互补色能够增强对比度，色彩的组合更加醒目。



- **朴素得体、格调高雅**
  选用单色系混色往往不会出什么差错。单色就是一种色彩，它指基于一种颜色的色彩混合。这些颜色仅仅在亮度上有所差异，比如说浅蓝色、中蓝色、深蓝色。通常情况下，单色系混色显得朴素得体、格调高雅，也不可能出现色彩组合不和谐的情况。不过，视颜色的层次和版面中其他元素的情况，这种单色系设计也会很快令人感到乏味。

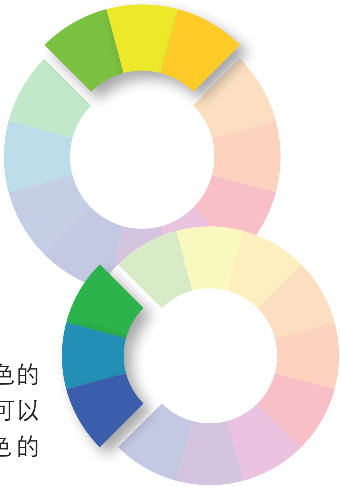




单色系
根据设计的内容和主题，应用深浅层次不同的紫色即可达到效果，设计者完全无须采用第二种颜色。

- **素净雅致、令人放松**
  色系也被称为类似色的混合。此处，人们选用色环中左右相邻的几种颜色，比如绿色、绿松石色和蓝色。这种混色素净雅致且令人放松。





绿色、黄色和橙色
这张名片含有类似色的混色。当然，你还可以略微改变这些颜色的亮度。

色彩集汇编

色彩集可以帮助你加快设计进程，简化设计工作。我们在此就常见主题汇编了下列色彩集作为参考。

请不要采用某个色彩集中的所有颜色！

时尚



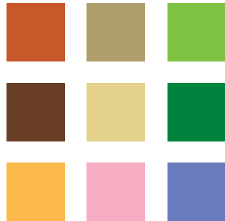
老年人



自然和花园



健康养生



家庭



保守



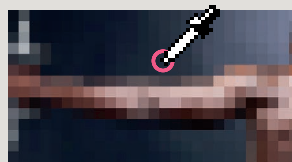
七十年代



技术冷感









灰色和橙色

该案例展示了颜色相对较深的图片，其由大面积的灰色和棕色构成。设计选用灰色作为两大基色之一，搭配使用了橙色，这能使这份广告显得不那么深沉。

棕色备选方案

作为备选方案，也可将肤色作为基色，不过这张广告会因此有失优雅。





单色系变式

灰色叠加灰色也有不错的效果。请注意字体和背景之间能够形成足够的对比，如果必要的话，或许你也可以将黑色文字变为白色文字。

选用合适颜色的检查清单

你需要找到一种甚至两种最为理想的配色？请对照下列清单逐一检查。

- 你的设计中是否已经存在某些颜色，也就是说，你采用了一张彩色图片或是一个彩色Logo？如果是，你的选色必须和这张图片相匹配（参见第124页）。
- 你的设计中没有任何颜色？那么你应当选用特性特征和内容最为匹配的颜色（参见第114页）。
- 你已经选定了第一种颜色，现在需要确定第二种颜色？你想实现一种对比鲜明的效果吗？不妨采用一对互补色。
- 互补色的组合显得过于抢眼？不妨选用亮度差异较大的、富有深浅层次的单色系混色。
- 你希望色彩组合素净和谐？不妨选用同一个色系的颜色。

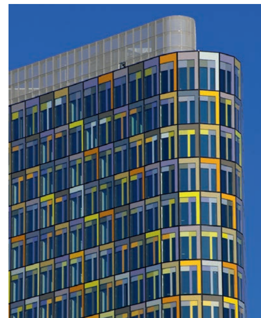
色彩透视和立体感

色彩透视是呈现空间立体感的诸多透视种类之一。需要补充说明的是，大小和颜色是物体呈现立体感的两大最为重要的特性，其基本原则如下。

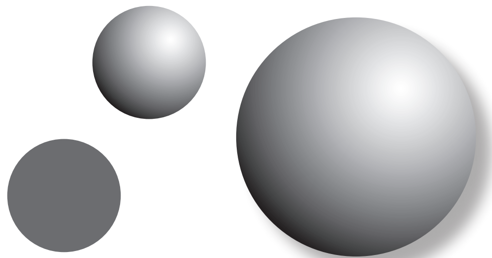
- 深色比浅色显得距离更近。
- 暖色的物体比冷色的物体显得距离更近，比如红色和黄色的物体就比蓝色和绿色的物体显得更近。
- 纯色比粉彩色或者含有很多灰色的颜色显得距离更近。
- 界限划分鲜明的区块比颜色渐变渗透的区块显得距离更近。
- 互补色能够形成强烈的空间感，比如说在蓝色上使用黄色（还请务必注意区块的面积大小）。

透视

位于慕尼黑的全德汽车俱乐部（ADAC）中心大楼。通过浅色和深色、暖色和冷色的不断交替变化形成了一种空间立体感。



图片来源：斯蒂芬 · 利布尔（Stephan Liebl），迪林根



渐变和阴影

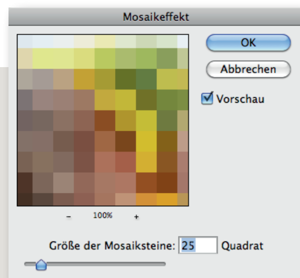
如果圆圈并非整个平面呈灰色，而是从浅到深渐变式填色，那么就能形成一种透视效果。这个圆看上去不再是平面化的，而是三维的。如果你再为其加上阴影，那么这个圆还能进一步获得立体感。

识别某张图片的基色

如果你手头有一张照片，一个Logo或者一个平面图形并想将其用于设计，那么你必须使自己的配色与之相协调。一张照片往往囊括了所有你能想到的颜色，那么其中哪种颜色才是合适的呢？

每张彩色照片都有自己的色板。借助Photoshop软件能够最为便捷地获取该色板：打开图片，通过滤镜–像素化滤镜–马赛克效果降低颜色的分辨率。

如果你没有这种图片处理程序，也可以直接采用一款别的免费软件按比例降低图片的分辨率，图片就会强烈地像素化，其结果和使用Photoshop极为类似。现在，你就可以采用吸管提取图片中的颜色并保存到数据库了。请从面积最大的单色区域开始。借助这种方法，你可以找到图片的基色并将其补充应用到设计的其他区域，这会令版面显得和谐。



寻找基色

这张图片中并无某种特别醒目的颜色能够占据上风，而且还可以立即抓住人的眼球。







降低分辨率

借助Photoshop软件降低图片分辨率，直至出现马赛克效果。现在，你可以很好地识别出其中的绿色和黄色。

图片中的颜色过多或过少？

有的时候，某张图片拥有多种基色。此时，色彩效应就能帮助你做出决策。比如说，你在图片中找到了橙色、红色和绿色，那么你要想一想，哪种颜色和设计内容最为匹配，然后再做出决策。你的设计内容更加适合偏冷的颜色，比如说为一件技术商品作宣传或者为一家手机商店设计广告？或者你的广告主题更加适合温暖的色调，比如说为一座度假公园或者为一次医师培训设计传单？

或者，你也可以充分利用一下有关色彩温度的知识。如果某张图片同时拥有红色和绿色区域，那么它和设计中的红色调组合就会显得更暖，和设计中的绿色调组合就会显得更冷。

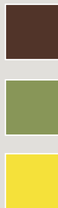
颜色过少？

如果你只找到了一种基色，但却需要多种颜色，不妨可以选用其互补色形成一种对比效果，或者你也可选用某种别的方法找到其他颜色，比如运用单色系。

很多种可能性

棕色、黄色、绿色或是蓝色？人们很难就这张图片做出决策，不过与此同时，它也为设计者提供了大量的可能性。







在马赛克图中寻找颜色更为容易

你会惊奇地发现：图片中的黄色并不多，更多的是棕色和绿色。不过，如果你需要营造一种亲切友好的色调，那么依然可以选用黄色。

寻找两种颜色？

如果你需要两种颜色，那么视设计内容，我建议你采用绿色和黄色或者棕色和黄色的组合。当然也可以选用绿色和棕色的组合，只不过这种配色会显得相对较暗。

黑白图片的特别之处

黑白图片搭配黯淡的色调往往显得比较和谐。

如果手头只有黑白图片可供使用，那么显然，你将面临一个问题，是否应该整个设计都应该和这些图片相匹配呢？换言之，含有黑白图片的设计究竟还能运用别的颜色吗？答案是：当然可以，但有前提条件。如果待处理的图片是黑白的，你当然也可以运用别的颜色，但假如你想找到一种简单的办法，我建议你运用黑色以及深浅层次不同的黑色为你的设计配色，其效果会令你感到惊艳，黑白区域充满了各种可能性，这样的一份设计会显得极为优雅和专业。

如果你千方百计地想在设计中添加别的颜色，这自然也可以。不过请务必注意下列几点：五彩缤纷的颜色往往和黑白图片并不搭配，更合适的选择是黯淡的颜色或者粉彩色。你也可以选用鲜明有力的颜色，但是只能应用一次，至多不超过两次。

灰色不再是灰色

本案例上部区域中的灰色不再是第122页上的蓝灰色，为了和设计中的黑白图片相匹配，它拥有80%黑的纯色调。





灰色组合

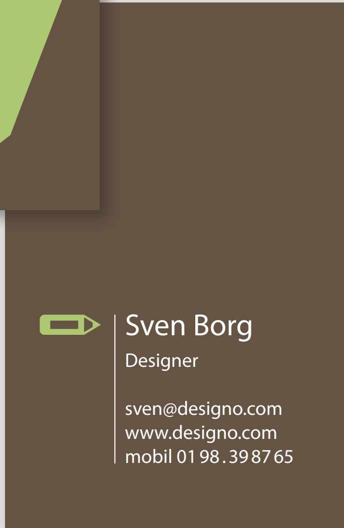
黑白图片和粉彩色以及较浅的颜色搭配显得非常和谐。调亮的橙色使这张广告显得友好亲切。

Logo中的颜色

人们更容易从平面图形以及带有平面色彩的Logo中滤出主色。你不必总是千方百计地在设计中重复使用Logo中的颜色。视具体的设计任务、目标受众和色彩效应，往往使用深浅层次不同的颜色，或者索性搭配别的颜色反倒会使设计显得更有趣。

基于上述分析，一份含有棕色Logo的设计既可以选用亮度不一的棕色色调，也可以根据类似色混色原理选用赭色、橙色或者绿色作为配色，这可以起到一种更加温暖的效果。如果采用蓝色，整个设计会显得对比强烈，同时传递出一种冷感。



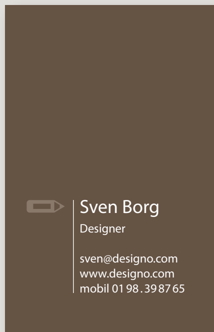


棕色和绿色

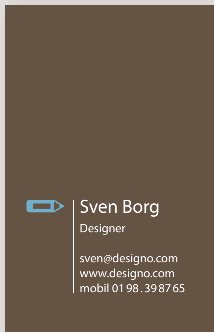
搭配活泼明亮的绿色，原来的棕色也显得温暖和亲切。

棕色和棕色

单色系方案，深棕色和浅棕色的组合显得黯淡无光，几乎令人感到有点乏味。









棕色和浅蓝色

棕色和蓝色形成了最为鲜明的对比。如果增加蓝色的亮度，这种配色会显得很冷，但效果依然不错。

五彩缤纷？

有的时候并非多多益善。特别在色彩运用方面，你要尤其注意精简。根据你所选用的具体颜色，两种不同的颜色往往就已足够，比如说一组对比色，添加第三种颜色会显得过于五彩缤纷，这种配色仅适用于某些非常特别的设计，即设计对象本身也是五彩缤纷的，比如说为儿童马戏团设计的一份招贴画。

各颜色的色调差异越大，其混色越是显得五彩缤纷。

相反，如果你选用类似色系中的颜色，不妨大胆选用三种色调，还可运用这些色调的不同深浅层次，这并不会令设计显得五彩缤纷。如果采用仅仅在亮度上有所区分的单色系，你可以根据具体页数为不同的设计元素选用五种、六种甚至更多种深浅层次不同的颜色，整个设计并不会因此显得杂乱。

渐变

多种颜色间的渐变显得不够专业，这种“五彩缤纷”会令人感到不适。

原则上讲，多种颜色间的渐变并不是一种好的设计方案，它只有在极为特殊的情况下才会起到较好的视觉效果。通常情况下，这会显得老旧，并有20世纪90年代设计的格调。

相反，单色渐变或者渐变为白色则会彰显出全然不同的设计品质，比如说从浅蓝色渐变为深蓝色。作为背景，这类渐变能够满足你的设计需求，通过深浅对比，甚至还能达到一种空间立体的效果。

上色对象是什么？

你已经了解了有关色彩效应、色彩温度以及色彩组合效果的一些知识，与此同时，你还应该牢记一点，理想的色彩选择还取决于你的上色对象。

- 你想给文本上色？那么请务必注意在文本和背景之间形成足够的对比。
- 如要对某区块上色，请先确定该区块的功能。这个颜色区块是作为装饰性的背景吗？如果是，请选用一种朴素得体的颜色。
- 这个颜色区块或者颜色组合应该成为设计中引人注目的核心元素吗？你不妨大胆选用那些纯度较高且鲜明有力的颜色以及它们的互补色。

- 要为很大的一块面积上色？请注意，由于覆盖范围较大，即便选用某些朴素的颜色也会显得有些冒失。
- 要为小块区域上色？你不妨大胆选用对比鲜明的纯色。









明亮的浅色还是鲜明有力的颜色？

由于Logo的颜色用作文本框的背景颜色，因此设计者在上面的案例中选用了淡而柔和的色调。如果Logo颜色极为鲜明有力，不妨也可降低文本框的色彩覆盖能力（右图）。

配色成功：黑色和白色的文字都清晰可读。













此处的反色文字不能过小。

棘手的问题：黑色和白色的文本

为黑色和白色文本选择背景颜色是一项特别的挑战。这两种情况下，为了确保文字清晰可读，设计者都必须注意在文字和背景之间形成足够的对比。

第三章　开始动手，边做边学

实践中的设计项目

婚礼致谢卡

富有特色的折叠卡片

喜帖、致谢卡、周年庆典活动或者生日邀请函，这些都极为常见的设计作品。正因如此，对于设计师而言，设计这样的作品更是一种特别的挑战。受庆祝者或者新婚夫妇自然期待你能设计出与众不同的作品。你可以尝试着通过对比、非同寻常的图片变式或者与众不同的格式为作品注入活力并赋予其某种特色。



大量图片

新婚燕尔的夫妇想对所有参加婚礼的宾客致谢。这张卡片为横版设计。设计师面临一项特别的任务，即赋予一张普通的折叠卡片某些特别的东西。正因如此，我决定设计一张折叠卡，其中包含大量图片且前面要比后面短一些。

缩短页面的效果

这张折叠卡片有一点特别引人注目：其首页要比第二页短三分之一。这样一来，在折叠状态下，观众就能在右边缘处看到后面一页的图片条。



逐页说明

为了清晰展现这种设计，我们逐一翻开每一页。第一页是缩短页，即标题页。翻开卡片就能从左侧看到第二页，其宽度同样为140毫米，接下去的右侧页是第三页，其宽度为210毫米，第四页也是背面，其宽度同样为210毫米。



两种不同的长度

第三页和第四页的尺寸为210毫米×105毫米，即传统的DIN长版格式，而前两页的长度在此基础上缩短了三分之一，尺寸为140毫米×105毫米。



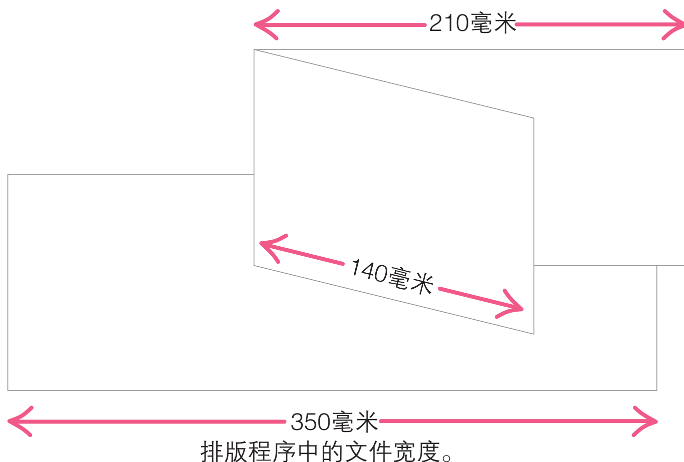


在排版程序中定义文件大小

你可能在想，应当如何在排版程序中设置不同尺寸的页面呢？其实根本不必，这些尺寸是完全一致的。为了说明这一点，我们不妨折叠一个样本。

相同的尺寸

在排版程序中设置一个文件，其长度为折叠卡片展开后的总长，也就是说，这个文件的尺寸为350毫米（210+140）×105毫米，它由两页组成，之后会在某处折页。



排版程序中的文件宽度。

确定整体性

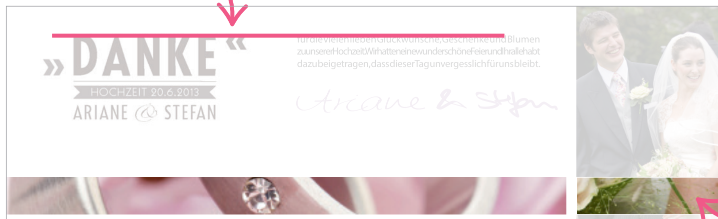
缩短正面产生了一种特别的效果：如果读者从信封中取出这张卡片，可能一眼就会发现，卡片的正面缩短了一些。正因如此，我们在设计后页时要注意一点，它必须和正面形成一个统一的整体。此外，其他内页也要在视觉上保持整体性。

连贯的

乍眼一看，正面似乎是连贯的。



视觉轴线



一个整体

你还需注意一点，展开卡片的内页也要构成一个统一的整体。

内外页相同的设计元素：图片条。

“第二眼看”

这两块区域并不必须表现为一个统一的整体，它总是有着属于自己的魅力，第二眼看，读者就会发现首页显得平易近人。对于这张卡片而言，第一要素并非是可读性，而是视觉效果和原创性，设计者在这里很好地实现了这种效果。

效果

为了实现“单页效果”，请运用线条或者图片这类连贯的元素。



右侧的三分之一

第三页的右侧三分之一自成一体。设计的挑战在于，这三分之一版面不仅要和标题页相匹配，也要和第三页中的剩余部分相匹配。

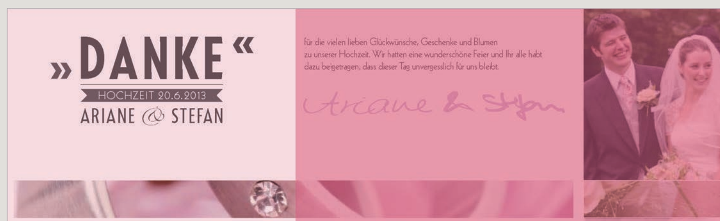
这两页在视觉效果上必须相互协调……



……这两页也一样。

第三页上的图片条

在第三页的剩余部分中也能找到首页的图片条。即便其在展开状态下，整个设计也是协调和谐的。



注意折痕

请考虑到折痕的位置，最好不要在折痕处布局文字。

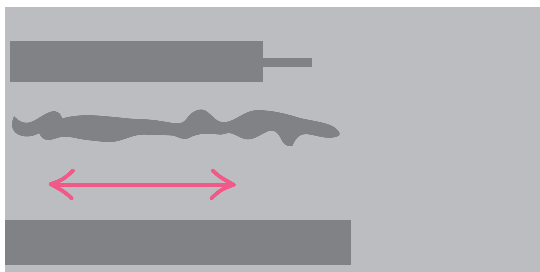


文体手法——对比

要使设计富有生机和活力，可以采用一项重要的文体手法——对比。所谓对比并非一定是色彩对比或者明暗对比，不同的格式也能形成对比。

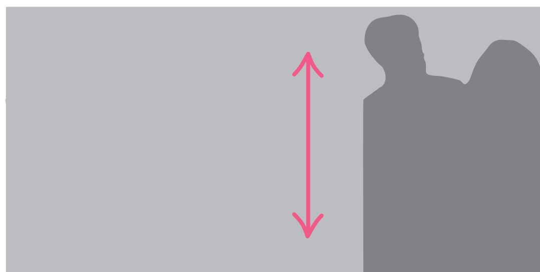
横开本

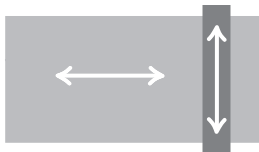
第三页中左侧和中间的三分之一为横开本结构。横向铺开的图片，水平伸展的文字，签名相邻放置——整个页面显然是水平对齐的。



纵开本

第三页的右侧恰好相反，基于自身格式就已经是垂直对齐的。纵开本的新婚夫妇照片加强了这种效果。





对比

在同一页面中将水平和垂直设计相邻放置，这就形成了一种对比，也使设计更具张力。



ARIANE &
STEFAN

字体选择形成对比

新婚夫妇的名字选用了带有明显尖角的狭长字体，而“&”标志则恰好相反，采用了弯曲的圆形字体，这种字体组合形成的对比足够引人注目，同时由于格调优雅，这两种字体又显得非常协调。

文体手法——图片细节

有时候，一组经过裁切的小图片摆放在一起会显得更加有趣。比如左右两侧的新婚夫妇，有的时候新郎在笑，有的时候新娘在笑——这两张照片没有什么变化，也不怎么引人入胜。

这样一组图片很快就会令人感到乏味。







引人注目

只要从这些图片中提取一些细节，你就可以重新生成一组引人入胜的图片了。

注意主题的选择

细节的选择要仔细谨慎，当设计对象不是物件而是人的时候，这一点尤为重要。选择鼻子或者耳朵显得很滑稽，只会叫人发笑。相反，选择眼睛和双手并将其放大则会显得格调高雅且富有品味。

人物细节

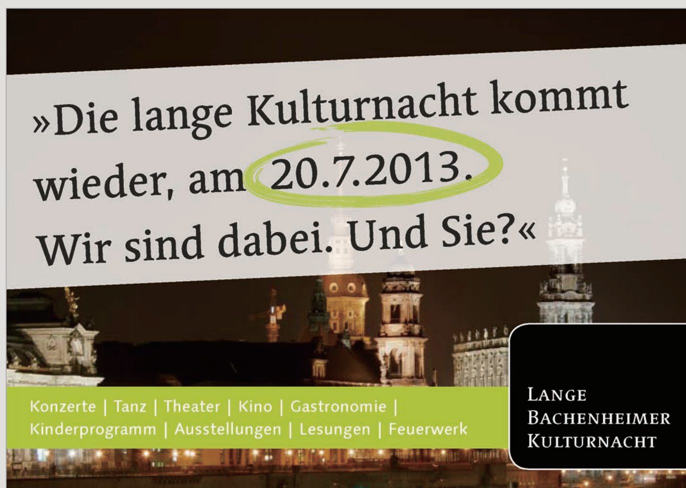
微笑的嘴巴、眼睛、双手或者一个吻——这些都是设计者可以突出显示的细节。



明信片“文化之夜”

排印的精细之处

明信片设计的要点在于能够令读者一眼抓住主题内容。因此，设计中一方面要注意策划出一个足够引人注目的吸睛元素，另一方面也要确保版式清晰可读。如果读者要费很大力气才能辨识内容，那么他们很快就会失去兴趣，这恰恰是你要避免出现的情况。



文化之夜

这张明信片应该吸引尽可能多的观众参与这场巴赫海姆（Bachenheimer）文化之夜活动。



Am Samstag, den 20. Juli 2013, ist sie wieder da, die Lange Bachenheimer Kulturnacht. Zum siebten Mal feiern die Bachenheimer die kulturelle Vielfalt ihrer Stadt. Ein spannendes und vielseitiges Programm erwartet die großen und kleinen Bachenheimer. Die Veranstaltungen finden ab 14.00 Uhr in der Innenstadt von Bachenheim statt.

Lange Bachenheimer Kulturnacht

Alle Programme sind ...
KOSTENLOS!

Weitere Informationen erhalten Sie
per Telefon unter 05 69 / 981 02 65
oder auf unserer Website www.bachenheim.de
oder per E-Mail an kultur@bachenheim.de

快速理解主题内容

我们看明信片时往往只会快速一瞥，我们的注意力除了放在引人注目的图片以外，还会落到一些版式的精致细节上，比如说正确分隔的电话号码、间距以及小体大写字母的准确运用。事实上，精细的版式有助于读者快速理解设计中那些最为重要的信息。

字体的优雅组合

组合字体时，你往往会面临不少陷阱。如果选用的字体同时具有衬线变式和无衬线变式，那么基本上就不会出错。因为这样一来，你就能确保组合的两种字体既有所差异又搭配和谐。

衬线

Linotype Syntax是一种兼具衬线变式和无衬线变式的字体。

Lin

LinotypeSyntaxSerif Regular

LinotypeSyntaxSerif Bold

LinotypeSyntaxSerif LightItalic

Kulturnacht

Konzerte | Tanz | Theater

Lin

LinotypeSyntax Regular

LinotypeSyntax Bold

Linotype Syntax LightItalic

反白文字

我们可以将文字放置在一块深色区域上方吗？当然可以，只不过你必须选用浅色的文字，即运用所谓的反白文字。与此同时，你还需注意一些微小的细节，首先要确保在文字和背景之间形成足够的对比。原则上讲，反白文字的字符间距，即各字母之间的距离可以比普通文字略大一些。

可以略微增加深色背景上白色文字的字符间距。

LANGE
BACHENHEIMER
KULTURNACHT

LANGE
BACHENHEIMER
KULTURNACHT

注意字体粗细

反白文字字体必须足够粗。特别优雅的衬线字体往往线条纤细，印刷中可能会出现断线的情况，这就会导致其难以辨认。

zu dünn als kleine Negativschrift

besser lesbar

zu dünn als kleine Negativschrift

N

水平编排的衬线字体如果字体过小，会显得特别纤细。

间距的细微调整

如果你直接在设计案例中输入表示日期的数字，其间距往往不够理想。通常，加入一个空白格，间距就会显得过大；不加空白格，间距又会显得过紧。数字的形状不同，数字与其之后圆点的间距也会随之发生很大的变化。因此，你不得不费点力气手动调整该间距，这样其可读性才能显著增加。

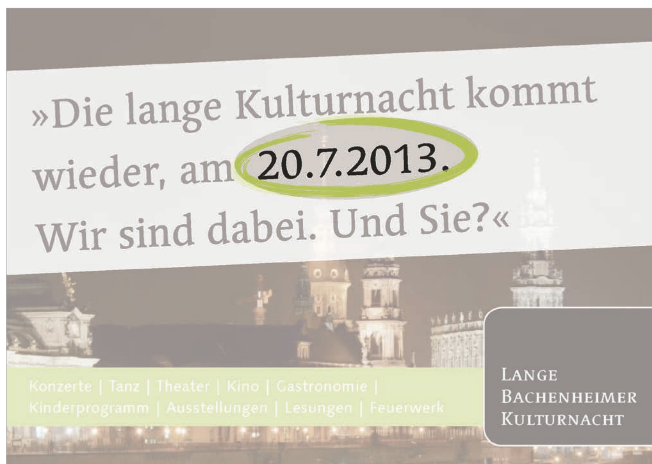
调整间距

你需要调整日期的间距，否则，数字7和之后圆点的间距会显得过大。

20.7.2013



20.7.2013



两两成组

将电话号码中的数字在视觉效果上两两成组加以分隔，这能帮助读者更好地辨识，当然并非必须采用这种做法。

0569/9810265

没有空白格。

05 69/981 02 65

在数字之间插入一个完整的空白格又会显得间距过大。

05 69 / 981 02 65

为了加以划分，最好能采用约半个至四分之一个空白格。



始终从右开始，每两个数字划分为一组，三个数字作为一组不予分隔。

05 69 / 981 02 65

字体的变形

明信片中有明确提示，该活动是完全免费的。因此，该提示应该加粗以突出显示。可是，版面空间十分有限，所选字体也没有字符间距更小的变式，此时该怎么办呢？一般情况下，我并不建议改变字体的宽度或高度。不过，在某些特定条件下，含有变形字体的设计依然可以显得非常专业。

修改字体时，请注意下列事项。

- 修改仅限于某个单词或者某个字体。
- 不要过分夸大这种变形，要确保该单词依然清晰可读。
- 选用一种可读性较高的字体，即避免使用花饰字体、手写字体、水印字体或者花里胡哨的字体，也不要使用原本就已很细长或者很宽的字体。
- 为确保文字的可读性，请确保背景素净，避免使用花哨的图片或者渐变。

原文

加粗的Linotype Syntax是一种辨识度较高的无衬线字体。

KOSTENLOS!

变得细长

这里，将该字体略微变得细长一些是可以接受的。

KOSTENLOS!

KOSTENLOS!

变形过大

这样不可以，变形过大。

Kostenlos

KOSTENLOS

错误的字体

这样也不可以，这类字体不能变形。

微观排印

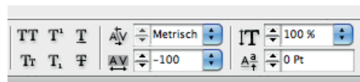
各种细节处理的到位与否也能体现你设计的专业性。正确放置电话号码和引号，遵守规定的间距，使用正确的连字符，这能令你的设计作品在内容表达和视觉效果上更具说服力。

关于软件的提示

任何一种软件往往都允许改变字母间距。要想获得半个空白格的间距，你可以缩小现有的空白格，或者索性不插入空白格而仅仅加大两个数字的间距，使其大约恰好相当于半个空白格的大小。

03 98 / 62 32 31 51

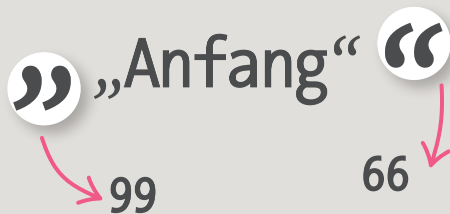




此处，设计者在Adobe InDesign软件中将数字3和9之间的空白格缩小了–100个单位。

引号

德语中的前引号和后引号分别在句首下方和句末上方处呈99和66状。
也可以采用尖角形的引号，德语中其尖角向内。



»Anfang«

电话号码

正式版式中，设计者并不必须对电话号码、传真号码以及邮编再做划分。不过，为了使得读者更加一目了然，我建议采用半个空白格或字间距对较长串的数字加以划分。
区号外并非必须加上括号，但是我们往往推荐这种做法。

03 98 / 62 32 31 51

(03 98) 62 32 31 51

银行编码和账号

银行编码被分为两个三数字组和一个两数字组；账号从右侧开始以三数字为一组进行划分。

BLZ 100 500 00
Kto 98 736 522

数字

从右侧开始，每三个数字成一组，间隔最大不超过半个字间距。小数位用逗号分隔，小时和分钟往往用冒号分隔，但并不必须这么做。

26 250 Stück
26,5 Prozent
16:45 Uhr
16.45 Uhr

价格

原则上，欧元和欧分之间用逗号分隔，货币单位用整个空白格分隔，或者更好的做法是前后各用半个空白格分隔。如果价格位于文本中，也可写出单位的全称而不采用其缩写。

16,45 €
Das macht im Jahr
16,45 Euro pro Person.

其他注意事项……

有些字体拥有好几种不同的数字类型。其中有些数字的大小等同于大写字母，由于所有字符同宽，因而比较适用于表格。

26 250 Stück

……还有一些数字类似于字母，拥有上线出头部分和下线出头部分，这类数字比较适合插入文本。

26 250 Stück

百分数和度数

百分比符号和数字之间可以插入半个字间距。如果表示度数大小的数字之后只有一个度数符号，两者之间可以不设空白，如果该数字之后的度数符号带有单位，那么数字和度数符号之间应插入半个字间距。

14 %

14°

14 °C

省略号

构成省略号的三个点...也被称为省略符。它们并非三个单独的句号，而是在键盘上自成一体的一个符号——你可以直接键入，如果将三个单独的句号并置，其间距要比省略号大。如果省略号替代的是某单词的一部分，比如说“你是一个B...”，那么只需将其放在最后几个字母之后。如果省略号替代的是某句子的一部分，那么还应在其前面插入一个空白符，比如说“你是一个 ...”。

„Sie sind ein B…“　　„Sie sind ein …“

线条符号

线条符号的长度各式各样，我们在此仅讨论两种线条符号，即连字符和连接号，其中连字符是一种较短的线条，也被称为移行符号（Divis），它用于分隔和省略。

连接号长度为字空（空铅）的一半，并通过一个字间距和其余部分分隔。当连接号用作连接线、货币单位连线以及表示连接线时，无须额外插入空白区域。

连字符（Divis）

Magen- und Darmtee

连接号

Ich denke – auch laut – darüber nach.

连接线

Berlin–Moskau

标点符号

我们往往可以看到，某些设计师会在吸睛元素后面加上标点符号，为了保险起见，我们在本页中就此阐述几条标准：

诸如逗号、句号、感叹号或者问号这样的标点符号应直接置于字母之后，其间没有额外的间隙。

Ohne Raum.

Ohne Raum!

Ohne Raum:

Ohne Raum: Erst dann

标点符号之后总有一个字间距。

禁忌：三个感叹号

你不想向自己的读者或者观众大声嚷嚷吧？原则上讲，你应该避免连续使用三个（或者更多的）感叹号，这会令人生厌。这种“聒噪”的书写方式仅适用于少数例外情况，比如引人注目的特惠价格或与之类似的内容——在其他所有情况中，你最多只能使用一个感叹号！

✗ Neueröffnung !!!

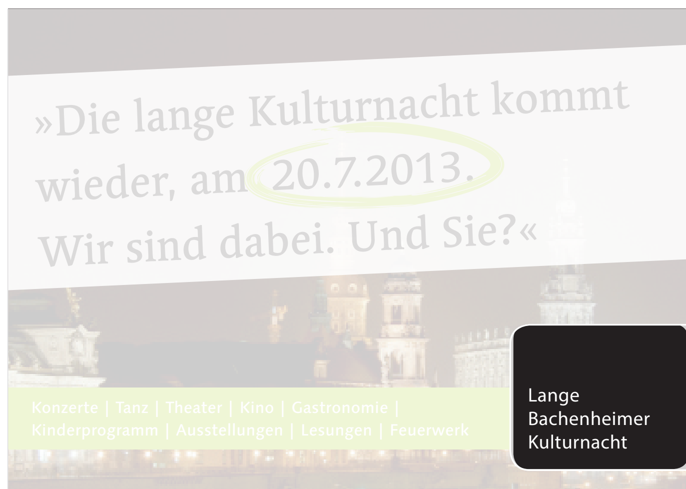
✓ Neueröffnung!

字空（空铅）

字空是一种相对的用来测量间距、空白格以及线条符号的排印计量单位。一个字空的宽度相当于字体大小，10磅字空的宽度相当于10磅字体的宽度。常见的大小为半个字空（诸如连接号的尺度）或者八分之一字空（诸如数字和单位间距的尺度，如100%）。

小体大写字母

原则上小体大写字母会显得比较优雅——当然前提是你运用了一种真正意义上的小体大写字母。真正的小体大写字母线条粗细非常协调，相反，假的小体大写字母与大小写字母差异很大，看上去很不和谐，显得有些臃肿。



真正的小体大写字母

真正的小体大写字母必须自成一体。通常情况下，这类字体名称中含有“SC”（小型大写字母）的附加标识。

真正的小体大写字母看起来是自成一体的。



假的小体大写字母线条粗细明显不同。



允许小小的“作弊”

只有少数字体，其假的小体大写字母的线条粗细差异不大，这种情况下，不妨大胆使用。

假的小体大写字母。

✓ KULTURNACHT　✗ KULTURNACHT

– KULTURNACHT　✗ KULTURNACHT

大写字母

你也可以直接运用大写字母替代小体大写字母。为了提高文字的可读性，不妨略微增加一点字母间距。

仅用于突出显示

文本中采用大写字母和小体大写字母是为了突出显示，也就是说，它们并不适用于较长的文本。最好仅对简短的文本运用这类字体。

✗ AM SAMSTAG, DEN 20. JULI 2013, IST SIE WIEDER DA, DIE LANGE BACHEN-HEIMER KULTURNACHT. ZUM SIEBTEN MAL FEIERN DIE BACHENHEIMER DIE KULTURELLE VIELFALT IHRER STADT. EIN SPANNENDES UND VIELSEITIGES PROGRAMM ERWARTET DIE GROSSEN UND KLEINEN BACHENHEIMER. DIE VERANSTALTUNGEN FINDEN AB 14.00 UHR IN DER INNENSTADT VON BA-CHENHEIM STATT.

✓ Am Samstag, den 20. Juli 2013, ist sie wieder da, die LANGE BACHENHEI-MER KULTURNACHT. Zum siebten Mal feiern die BACHENHEIMER die kulturelle Vielfalt ihrer Stadt. Ein spannendes und vielseitiges PROGRAMM erwartet die großen und kleinen Bachenheimer. Die Veranstaltungen finden ab 14.00 Uhr in der INNENSTADT von Bachenheim statt.

并不适用于所有字体

某些特定字体既不适于采用小体大写字母，也不适于采用大写字母。基本上，所有手写字体以及罕见的、花哨的花饰字体都在此之列。

Viviane

✗ VIVIANE

Santa's Sleigh Full

✗ SANTA'S SLEIGH FULL

Wilhelm Klingspor

✗ WILHELM KLINGSPOR

为一家酒庄设计的传单

如何制作折页

想必你一定接触过很多传单，其格式非常普遍，它以DIN A4的标准格式为基础，因而制作成本也较低廉。传单往往拥有回函设计或者在版面中含有某块专用于传真或者寄送的区域。



广泛的目标受众

我们要为一家位于莱茵高地的酒庄设计一份传单，从而宣传这家酒庄出产的葡萄酒和组织的品鉴活动。

要求

由于包含大量的图片和文字，顾客决定制作一份六页的DIN长版格式的传单。该设计包含一项特别的任务，即设置折线，以提供读者（邮资预付）回函的可能性。

内容的顺序

传单往往由四页、六页、八页甚至更多页组成。如果你只在本地印刷厂印刷了少量的传单，那么你还需要自己制作折页，但即便是在印刷厂印制和折页，你也需要事先确定折页类型。视折页类型的不同，读者阅读文本的页面顺序也不尽相同。

包芯折

对我们这张传单而言，你只需将一张DIN A4格式的纸张水平放置，在长边处制作两道折痕。这样一来，这页纸就被分成了三页。将右页叠中间，再将左页叠于其上，这样一份包芯折的传单就算大功告成啦。



何谓传单？

传单就是一种用于分发的宣传纸张，它是为特定事物做广告或者为某场活动做宣传的绝佳宣传材料。典型的传单为在一处或多处折叠的单页纸。如果传单以DIN格式为基础，那么生产成本就会相对较低。此外，传单也很容易塞入印刷机上的进纸器。

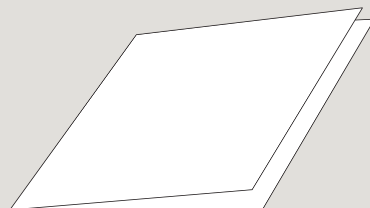
折页种类

折页种类各式各样。页面顺序和页面宽度均与此相关。我将向大家介绍一些常用的折页种类。

对折

对折中，页面仅在中间位置折叠一次。这样就形成了四页，类似于从右向左翻阅一本书。我们也将这种折叠技术称为普通折。

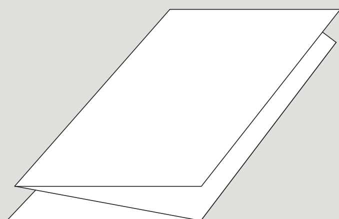




风琴折（Leporello）

风琴折至少需要两道折痕，纸张在折叠时就会变换方向，犹如手风琴般，正因如此，这种风琴折也被称为之字形折。两道平行的折痕，即一个双道风琴折会形成三张六页。三道风琴折需要制作三道折痕，并能形成八页。

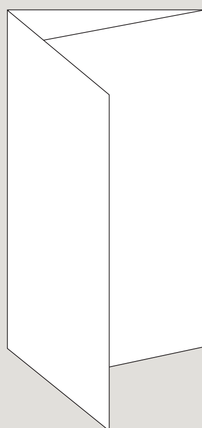




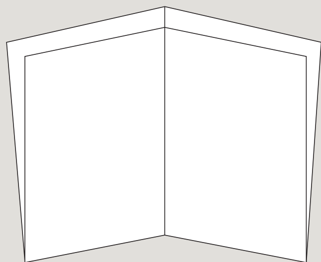
包芯折

类似于风琴折，包芯折也是平行折的一种。这里也至少需要制作两道折痕，不过，各页面不再向左或向右折叠，而是右页向内折叠，再将左页叠于其上。我们在本案例中使用的就是这种包芯折。







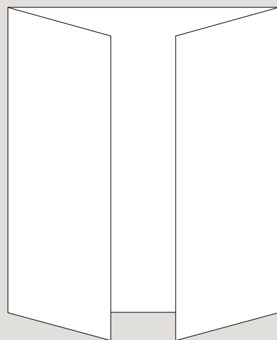


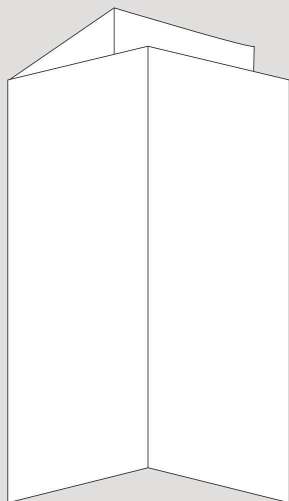
交叉折

交叉折中，纸张成直角折叠多次，而且每次都和之前的折痕保持垂直。每折叠一次，页数就会翻倍。

窗口折（对门折）

窗口折名副其实。它看起来犹如一扇窗户，左右各有一个窗百叶，可以分别向内关合。中间部分的窗户也可以再作一次折叠。





平行中央折

平行中央折中，纸张总是在中间处向同一方向折叠。人们也将这种折叠方式称为双平行折。如果折叠两次，就能形成八页。

何谓折痕？

折叠纸张形成的线条被称为折痕。之所以这么称呼，是因为纸张纤维恰好在此处发生过度延伸并折叠。如果纸张很厚，超过170克/平方米，或者折痕处恰好有彩色区域，就会显得极不美观。为了避免出现这种情况，人们往往会事先在纸张上开压痕切线或者制作沟纹。开压痕切线时，一部分材料会从纸张中切除掉，制作沟纹时，沿折痕处的卡纸只会增厚，你会看到背面因此形成一道长条状的隆起物。

内页和外页

包芯折中的页面顺序如下：第一页，即传单的标题页，是（展开状态下）右侧页。手拿传单，接着将其完全打开，那么标题页自然位于左手，观众现在可以看到纸张内页的全部三页内容，重新合上传单，观众又能看到纸张外页的左侧页和中间页。

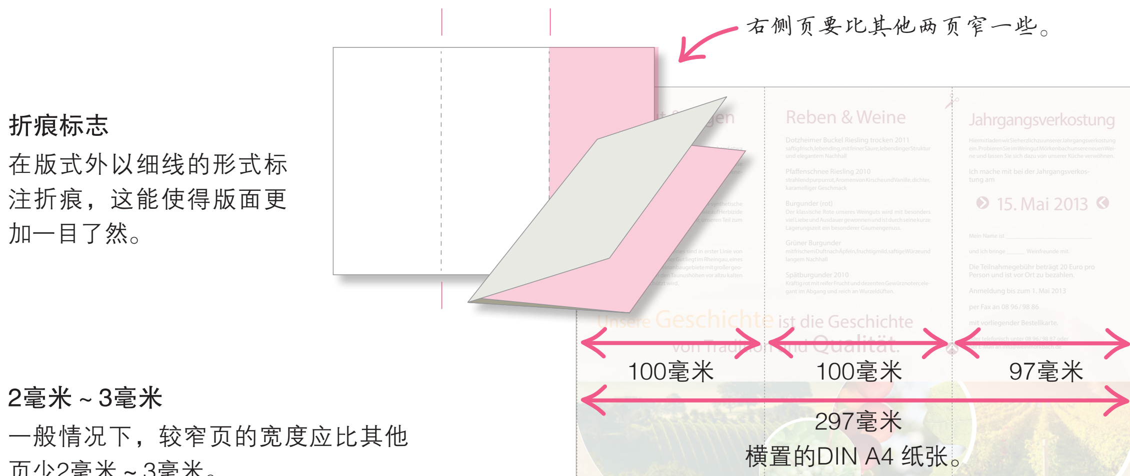


一页接一页

在设计时，请务必注意页面顺序。首先映入读者眼帘的是什么？读者最后看到的又是什么？

确定页面宽度

向内折叠的页面必须略微窄些，这样才能确保传单能够完全合拢。否则，页面就会因为受到挤压而变形。总长297毫米的纸张可以分为100毫米宽的两页加上97毫米宽的一页。



折痕标志

在版式外以细线的形式标注折痕，这能使得版面更加一目了然。

2毫米～3毫米

一般情况下，较窄页的宽度应比其他页少2毫米～3毫米。

信息登记

你的设计旨在招徕一批顾客或者激发他们的兴趣，尽可能地方便他们阅读，这是你的首要考虑。正因如此，你应当尽可能减少或者完全避免顾客出现抵触心理。实践操作中，这点在信息登记时尤为明显，有时你想在版面某处设置信息登记栏，报名者需要填写名字，还需将其裁切下来。

在我们这个案例中，这家酒庄希望在这样一张回执页上宣传自己的年度葡萄酒品鉴会。该页面必须满足一些特定的要求。



Mein Name ist ______________________

und ich bringe _______ Weinfreunde mit.

足够的空间

请务必注意，填写姓名的横线必须足够长，上方也留有足够的空间，否则的话，说不定感兴趣的人在填写信息时就会被惹恼了。

尽可能地方便顾客

在诸如传单这样的多页面广告印刷品中，你经常会看到这样的报名登记栏或者回执栏，你必须将其一目了然地呈现在顾客眼前，他们只需将其裁切下来并传真反馈即可。



标记裁切处

最好用一根线条、一把剪刀或者同时运用两者来标记出裁切处。



裁切

务必将裁切页设置成外页，否则，顾客需要裁切两次。

确保信息在传真机上清晰可读

选择背景时需确保填写在上方的顾客手写姓名在传真机上清晰可读。

标题和背面

标题应置于纸张外页的右侧，这也是首先映入顾客眼帘的页面。你想宣传的产品或服务，顾客必须一眼就能辨识出来。该页面左侧，也就是纸张外页的中间页，在合拢的状态下构成了传单的背面，其中必须罗列出一系列的联系信息，包括抵达路线描述、地图或者与之类似的信息。



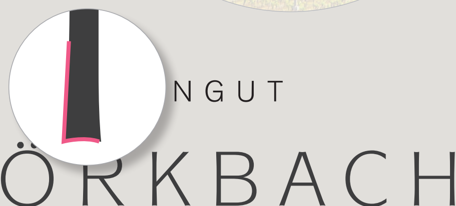


曲线和直线交替构成了变化。

标题页

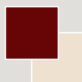
Logo、文字和图片是由曲线和直线混合构成的，显得非常协调。Logo和名称清晰地表达了主题，而图片起到了烘托强化的作用。

优雅的风格。



背面

所有的联系信息都应紧凑地集中汇总在背面上。背景和文字之间的鲜明对比可以确保较好的可读性。





内容页

右侧页较窄，只有97毫米宽，之后将被翻折过去。纸张内侧的三页都可编排内容。请务必注意，尽管有些页面较宽，但所有空白边缘区的大小都应保持相同。



边缘

就每一页而言，其左侧、右侧及上部空白区域的大小都应基本一致。如果两侧较窄，不妨左右各自缩进些空间，这样一来，版心也就略微变窄些。

设计元素——圆

在设计中，你需要运用一些重复出现的元素。圆令人联想到葡萄，作为一种文体手法，你可以看到圆这个元素不仅被运用在图片和文字中，甚至也出现在了项目符号里。



圆和扇形区域

圆形图片搭配白色线条勾勒的扇形区域，使得版面显得更加生动活泼。

和圆形相结合的项目符号。

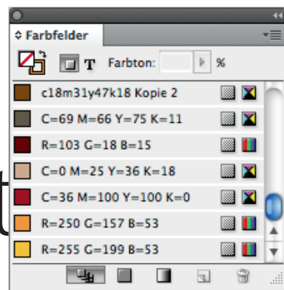


设计元素——颜色

说起酒庄，人们总是首先联想到汁水饱满的红色葡萄，绿油油的葡萄藤蔓和葡萄坡、大自然和丰富的阳光。呈现在眼前的五彩缤纷的图片包含了许多种适宜的颜色，我们可以从中取色并加以运用。



Geschicht



谨慎选色

在决定选用某种颜色时还需注意其应用对象：虽然从内容上看，日光黄是一种合适的颜色，但人们往往并不会将文字设置为这种颜色。字体越大，浅色文字的可读性也越高。

组合效果测试

请将选用的字体颜色放置在最终背景的上方，测试一下组合效果。


Weinverkostung


Weinverkostung


Weinverkostung


Weinverkostung

对比度不够。







项目符号和Logo均采用了暗红色。

若将文字置于彩色背景上方，其颜色需要足够深。


Weinverkostung

折页标志

目前为止，如果你还没有在版面中设置折页标志，而只是借助辅助线维持一种整体感，那么最迟在这个时候，你需要补上该步骤了。此外，印刷厂也必须清楚，印刷后应在何处折叠DIN A4纸张。



不能进入版式

折页标志应为黑色，并且不能进入真正的版式区域，否则，人们就不会马上注意到它的存在。折页标志长3毫米，终止于格式区前2毫米~3毫米。同时请切记：三页中有一页会较窄一些。

修边

图片和色彩区域会一直延伸到传单的边缘处。印刷厂在印制时，色彩区域不能只是恰好精准地延伸到边缘处，而必须超出一些。这可以避免由于印刷过程中轻微挪移造成裁切后边缘处出现空白纸张的问题。

不要闪光

超出版式的区域为切边，有的人也称其为截面。



汽车共享服务公司、鸡尾酒吧和养蜂场

无处不在的Logo！

并非每家企业都必须拥有自己的Logo，不过Logo能够突显企业的个性。一个Logo能够吸引观众的注意力，它是企业视觉形象的一部分。

如果想设计一个Logo，你并不需要竭尽全力地在其中展现与这家企业相关的所有东西，相反，好的Logo应当尽可能地简明。

三个不同的Logo

一家汽车共享服务公司、一间酒吧和一个养蜂场都需要为自己设计一个Logo。我们制作了一份检查清单并向大家展示，如何一步步地为每家企业设计出合适的Logo。



为养蜂场设计的带文本Logo。



为汽车共享服务公司设计的Logo。

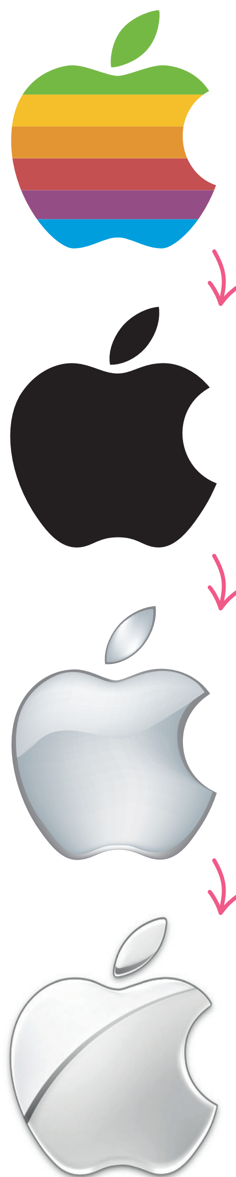


为酒吧设计的Logo及字体。

Logo的特征

其实，Logo的特征非常明确。它一方面需要满足一系列的设计需求，另一方面也必须符合特定的技术要求。一个好的Logo应该具备下列特征。

- **引发关注**
  形状、颜色、图片、文字——面对如今铺天盖地的媒体，要使设计作品赢得关注并受观众喜爱，这既是一项挑战，同时也是一门艺术。
- **简洁易懂**
  作品应当尽可能地减少观众的揣测。请避免采用复杂的内容，而是集中表现一个主题。
- **主题明晰**
  阐明企业的核心竞争力，企业希望通过Logo表达出什么样的主题思想，或者希望它有哪些象征意义。
- **独特鲜明**
  Logo设计的关键任务在于确保其独特鲜明，万万不可令观众联想到别的产品。
- **永恒经典，便于再次识别**
  Logo越是简单，越是引人注目，就容易被观众再次识别。理想情况下，只需对Logo稍作调整，即可使其符合时代潮流。
- **灵活可变**
  调亮或者调暗背景，就可将其作为传真格式中的印章或者招贴画使用——一个Logo应可运用于所有场合，并能通过调整与各种情境相匹配。



最新的苹果Logo
从1976年设计诞生直至今日，苹果公司的标志堪称史上最为著名的Logo之一。

“Logo”或者“商标”？

实践运用中，Logo这个概念往往超越了所有图形化表示的企业或商品标志。但是，严格来说，Logo可以分为三类，人们最为常见的是两种或者三种商标的组合。

字符商标或字母商标

字符或字母商标由各个单独的字母、缩写或者数字组成，诸如O_2或CNN。右示Logo很好地排印了字符和颜色，因而较受欢迎。







文字商标

公司名称、产品名称或者某个凭空构想出来的名字都会用到文字商标。这类商标往往由一个单词，有时也由数个单词构成。易贝（ebay）或可口可乐（Coca-Cola）就是两个文字商标的案例。





图形商标

无论是抽象还是具象的插图，无论是表形文字或是象征符号——图形商标的设计始终面临一项挑战，它需要在观众脑海里建立一种稳固的印象，即便单独出现也能被很好地识别。这方面的优秀案例就是德意志银行的图形商标。





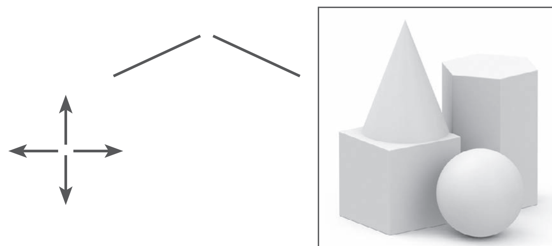


元素组合，对象修改

设计Logo并不是重新创造车轮。优秀Logo的秘诀在于成功地组合数个单独的元素、形状以及图形。

不同形状的效果

圆、正方形、三角形、多边形、箭头、字母、数字、颜色——所有元素一应俱全。你大可根据希望达成的效果从海量的资源中加以选择。



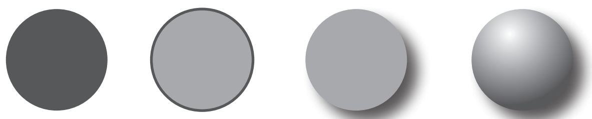
删除的艺术

删除某些元素往往能够实现完美的组合。选取圆的一部分往往比整个圆效果更好，裁切字母的一部分或许比整个字母更加合适。不妨从残缺美的角度加以思考。



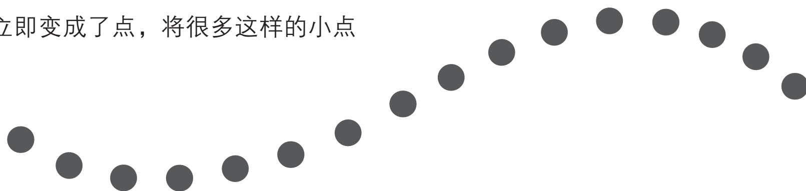
修改某个对象

任何一个基本元素本身都是可以变化的。在你看来，一个圆仅仅就是一个圆，对吗？那么你显然没有考虑给它加上渐变或者阴影的效果——这样一来，圆看上去就会像个球体。



作为点的圆圈

将圆缩小，填充黑色——圆就立即变成了点，将很多这样的小点相邻放置就形成了一条线。



设计之前的检查清单

在你着手为一名顾客设计Logo之前，应该对照下列清单逐一检查一番。

1. 预先规定？

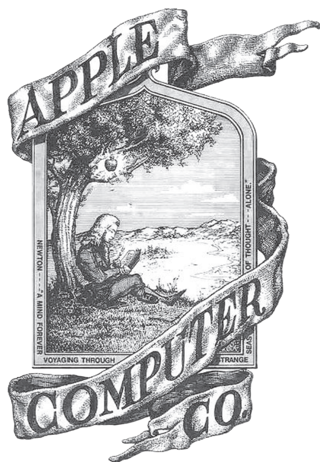
是否存在任何一种形式的预先规定，比如规定采用某些颜色、形状或者某种内部字体，即企业内部主要运用的一种字体？如果是，那么你应当将其融入Logo的设计，比如说在Logo中运用特定的色彩。如果企业已有某种内部字体，尽管Logo并不必须采用相同的字体，但实际所用字体必须与之和谐搭配。

2. 可否重复出现？

你设计的Logo会呈现在多种不同的广告媒介中吗？比如信笺纸、网络、T恤衫或圆珠笔上。其中是否存在某种首选的广告媒介？如果是，你必须在Logo设计中时刻留意这种广告媒介的特点。此外，Logo原则上不能过于强调细节，否则一旦缩小尺寸就难以辨识。

3. 颜色？

是否可能出现这样一种情况，即该宣传册或者明信片也必须采用黑白印刷？如果是，那么彼此交界的区域应当形成足够的对比。



苹果公司的第一个Logo——它在许多方面都不合适。



构思发现

记录下各种你能联想到的与该公司相关的形容词，尤其是那些可以描绘出顾客直观所见的形容词。

- seriös
- modern
- traditionell
- sportlich
- naturverbunden
- gemütlich
- technisch
- trendy

思维导图

托尼·布赞（Tony Buzan）借助思维导图就某个主题的视觉再现创造了一种方法。即先在纸张的正中间写下该主题，每联想出一种重要想法，都以该主题为中心划出一条直线，该主线还可分出多条子线条，用以标注进一步的想法，最后就形成了一幅图片，你可以此作为设计的基础。

为汽车共享服务公司制作的思维导图

以为这家汽车共享服务公司设计Logo为例，我们采用了思维导图的方法。



由关键词构成的图片

特别之处在于设计者写下这些概念的方法。思维并非直线运行，正因如此，我们应当下意识地避免将关键词罗列成清单或者表格的做法，各种思维之间不应存在顺序的先后或者价值的高低。

思维导图的运用

该方法应用广泛，可以帮助使用者在会议和个人笔记中搭建内容结构，或者也可单纯用来就某个主题扩展联想。最终呈现的一系列新关键词将重新引导你发现一些形状、颜色以及排印方法。

为一家汽车共享服务公司设计Logo

一家汽车共享服务公司希望找到一款不含文字的纯图形Logo。借助思维导图的方法，我们确定了一些关键词：

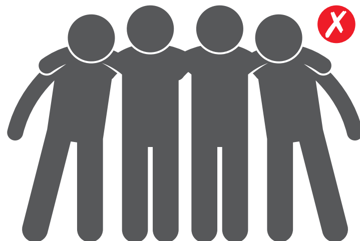
- 汽车。
- 联合。
- 分享 。
- 绿色、棕色。

联合和分享

我们必须较好地呈现汽车这个概念，与此同时，也需要考虑人们是如何彼此联合起来的。这个主题的表达有很多种呈现方式，比如说可以是握手的动作，也可以是几个人相互搀扶或紧挨着站在一起。

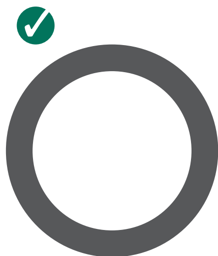






过于复杂

握手动作或者几个人站在一起——这都代表着联合，但是对于Logo设计而言，这些形象都过于强调细节，而且我们还想将这个符号和汽车结合起来。其实，另外一个极其简单的符号也代表着联合，最后，我们决定选用一个环或者说圆。

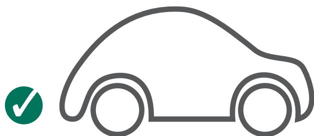


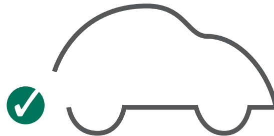
汽车

你是否正在思考如何才能简明扼要地呈现汽车这个形象呢？坦率而言，汽车这个对象乍眼看来是极其复杂的。不过，你会发现，采用轮廓技巧可以简化几乎任何一种复杂的形状。你只需大致地描绘出一辆汽车的外轮廓。所用线条越是光滑，视觉效果就越好。



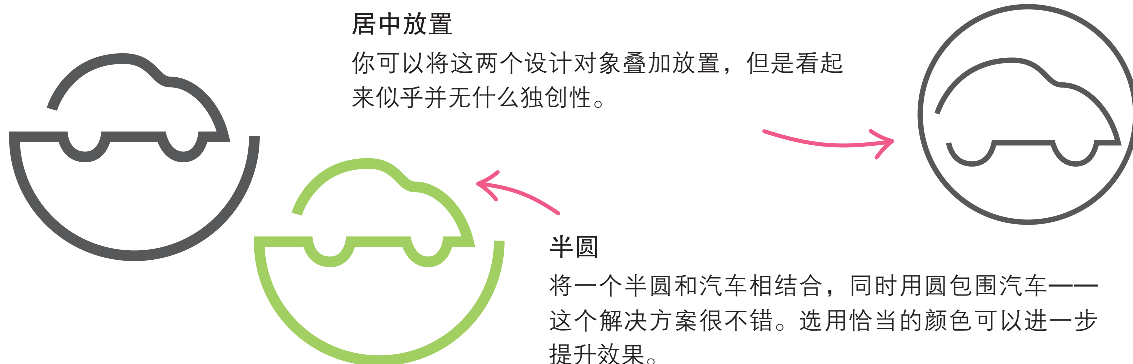






从圆环到Logo

圆环和汽车都是很简单的设计对象。我们只需将这两个元素组合形成一个合适的Logo即可。



居中放置

你可以将这两个设计对象叠加放置，但是看起来似乎并无什么独创性。

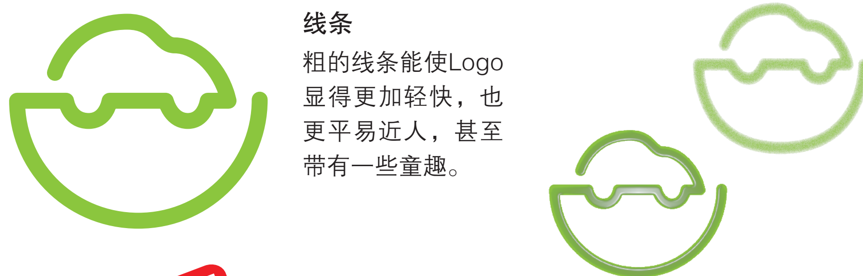
半圆

将一个半圆和汽车相结合，同时用圆包围汽车——这个解决方案很不错。选用恰当的颜色可以进一步提升效果。

不妨多做些试验！

只要改变一下图形的线条粗细，往往就会出现全新的形状，给人留下完全不同的感官印象。同样，一些细小的改变，诸如光点、阴影或者整张图片的渐变都会对设计产生很大的影响。

不妨多多试验并向你的客户展示多个不同的设计版本。你们可以一起探讨，了解顾客最为迫切的需求是什么。



线条

粗的线条能使Logo显得更加轻快，也更平易近人，甚至带有一些童趣。

效果

设置光和阴影——在这方面，程序中的自动过滤功能可以帮助你完成主体工作。这里依然需要遵循一条常规法则：少就是多。



设计已经大功告成？

停留在第一版设计中便止步不前，你可不要犯这个错误。如果你有了一个新的构思，不妨继续大胆尝试。你可以调整各元素的位置和大小，改变字体类型和颜色。第一版设计可能还算不错，但绝对称不上完美。

为一个养蜂场设计Logo

我们设计了一个由文字商标和图形商标构成的Logo，客户是一名养蜂人，他希望获得一个带有其公司名称的、经典且非常鲜明的Logo，可适用于不同年龄层和不同性别的目标受众。除此之外，针对顾客群体几乎也找不到什么别的形容词。因此，你的设计不能过于特殊，既不能与众不同，也不能特别保守，只有这样才能尽可能多地迎合各式各样的顾客喜好。

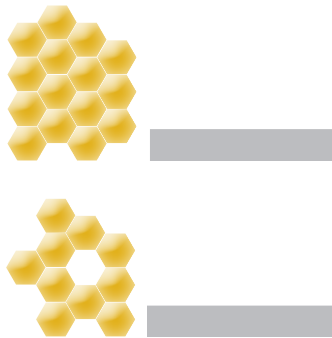
蜂巢

我们很快便做出决定：选用六边形代表风格化的蜂巢。但有一个问题：我们究竟应该采用多个小蜂巢还是少数几个大蜂巢呢？这些蜂巢应该偏于写实还是抽象呢？



小蜂巢

一种可能的方案是采用多个小蜂巢。我们还未确定字体，因而为了试验效果，先在边上留出一条灰标。

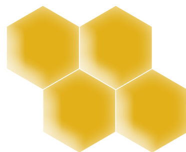


蜂巢的位置

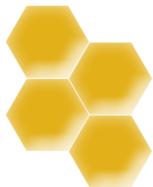
为数众多的小蜂巢看上去显得过于细节化，因而并不适用于简单的Logo。我们最终选用了三个或四个基本已经风格化的大蜂巢。现在又有一个新的问题，我们该如何布置它们的位置呢？请特别注意，如果布置不当，Logo很容易会失去平衡。

排位

视蜂巢位置不同，Logo很容易就会显得向左或向右倾斜，或者显得过于沉重并给人臃肿的感觉。



蜂巢向左倾斜。



竖放很快就会显得不太稳定。



加入文字能使其显得更加稳定。

不断测试组合的效果

由于之后还要将图形与文字相结合，你应该采用一条灰标不断测试组合的效果。如果后续无法添加文字，那么再好的Logo可能也无济于事。

寻找字体

现在就要决定选用何种字体了。作为手工业者，养蜂商在大自然中劳作并汲取了力量。包括含衬线和无衬线字体在内的很多字体都能与之匹配，不过，我并不推荐采用精致柔和的书写体，其轻快花哨的字体风格很难令人联想到手工业。此外还需注意一点，蜂巢的特殊形状很容易使Logo显得摇摇晃晃，我们应该下意识地选择一种可以增加稳定性的字体。

摇晃不定

这种字体垂直感非常强烈且蜂巢也构成了垂直形状，整体效果显得不太稳定。

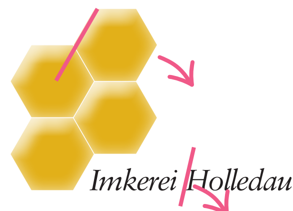


移动过多

尽管拥有对角线，该Logo整体上依然显得棱角分明，并给人一种垂直感。因此，书写体并不适用于此。



运用斜体字也能在视觉效果上增加整个作品的倾斜感。



空隙过多

这种字体过于松散，它和扁平的、紧挨在一起的蜂巢并不搭配。



粗体增加稳定性

第二个单词采用了粗体。这样一来，该Logo的底部接触面就更大，从而增添了稳定性。

清晰的狭长线条

这种狭长字体的清晰线条搭配代表蜂巢的六边形堪称完美。



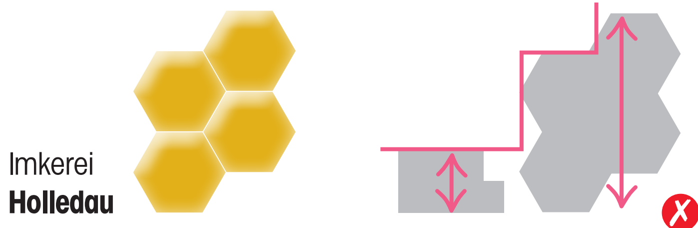


依赖性

我们最终选择了一种狭长的无衬线字体。不过，两个单词的布置尚不明确。你是否已经发现了文字和图形之间的依赖性？视文本对齐方式不同，设计者可以再次改变蜂巢的位置和数量。由此看来，设计并不是一条只能步步前行的单行道。

稳定性

四个蜂巢形成了一种强烈的垂直感。文字应该略微平衡而非进一步加强这个方向的移动感。此外，我们也不希望出现阶梯式的布局。



调整后效果好一些，但是左下方的白色区域过大，这很显眼，令人感觉很突兀。



改变蜂巢数量

或许，我们可以尝试采用三个蜂巢——这能削弱原本十分强烈的垂直感。不过这样一来，整个Logo呈现一种强烈的水平感，而且文字和图形被拉开了。



右侧蜂巢的下方似乎正好可以放置文字。现在，蜂巢和文字更像是一个统一的整体了。



为一间酒吧设计Logo

酒吧里的月光和魔力——胡安俱乐部麦迪亚哥（Juans Club Madiag）是一间酒吧，人们可以在里面体验充满魔力的神秘时光。我们为其设计了一个文字商标，它由酒吧名称和一行标语组成。

字体选择

文字已经就绪，如何分隔也已明确。俱乐部名称置于上方，标语位于其下，两者之间应该嵌入一条直线。

Juans Club Madiag

Magische Momente erleben

观察字母

酒吧名称的字体应该显得有些与众不同，而且还需和魔力这个主题相吻合。在考虑选择何种字体时，所需要的字母也起到了决定性的作用。也就是说，有可能出现这样一种情况：某种字体的特征和设计的内容非常匹配，但Logo中必然出现的字母在这种字体中的形状并不合适。权衡之下，我们最终选用了Zapfino字体，这主要是因为，该字体中，一些字母都有好几种不同的形状可以备选。



SamiraVolante字体——字母“M”显得过于繁复，字体过于均匀。

Windsong字体——字母“M”效果不错，但是字母“g”太大，字体整体感觉过于花哨。

Zapfino字体——整体风格不错，只是字母“M”显得过于僵硬，而字母“g”的下摆过大。

字母“M”

在式样上，Zapfino字体线条多变，而且拥有手写体特征，这和充满魔力的酒吧最为匹配。尤其是字母“M”，作为唯一的大写字母，它必须很好地融入整个图形。Zapfino字体可以为大写字母“M”提供四种不同的形状。我们需要注意，其底部的曲线不能过于向下突出，否则它就会触碰到第二行文字。



过于僵硬。

还不错，但是过于普通。



既与众不同，又不失优雅。

线条

字母“M”略微超过了中间的划分线，这看上去很不错。我们断开了这条线并在交叉区域略微留白。



小写字母“g”的变体

在Zapfino字体中，字母“g”也拥有多种变体。理想的变体中，下摆不宜过于冗长，但线条仍应弯曲强劲。



断开线条

线条只能被大写字母“M”断开一次，再次断开就会显得过于花哨。这样一来，线条就在小写字母“g”之前收尾。



在线条粗细上稍作调整

为了令字母“M”更加显眼，我们将其放大为32磅，而单词中的其他字母均为20磅，不过这也会使其显得更粗些。



在单词中其他字母的周围加上一层纤细的轮廓，这就削弱了由于采用不同字体大小而造成的线条粗细差异。



调整字符间距

副标题的字体应该明显更小一些。一种比较优雅的解决方案是采用大写字母并大幅增加字母间距。专业术语里，这种增加字母间距的做法被称为疏排，可令设计显得优雅且富有格调，在该案例中，还能使文本行长度恰好和上方的划分线等长。

过于花哨

此处的副标题同时运用了大写字母和小写字母。特别是在文字和线条组合的情况下，因字母大小变化造成的这种花哨特征影响了整体的效果。

副标题的字体与“Juans Club”完全相同，即Linotype Syntax字体。

疏排的大写字体

同样是疏排，我们现在仅采用大写字体，效果就要好得多。你可以尝试着采用略有差异的字体大小和疏排方式。

如果副标题在上方最后一个字母“g”的下摆之前结束，你可以将其下摆进一步向上推移。

大写字体和划分线更加搭配。

大写字体

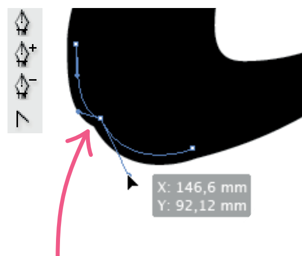
大写字体的字母是大写字母的另一种叫法。为了使文本更加清晰可读，我们要对大写文本做疏排处理。如果对排印有较高的要求并希望将大写字体和文本相结合，那么就应该将大写字体略微调小一点儿，这样才能在视觉效果上确保其更好地融入这张文字图片。

改变字母

现在我们发现，副标题处的字母“g”显得过短。Logo设计的美妙之处在于设计者能赋予其独特的手写体风格。为了努力做到这一点，我们改变了字母“g”。在诸如Adobe Illustrator，Adobe InDesign或者CoreIDRAW这样的绝大多数插图及排版工具中，你都可以通过路径或者字符路径改变字体。调整之后，字体的模样发生了改变，看上去更像是由一支绘图笔或铅笔描绘出来的自由形状。尽管你无法改变字体类型，但是可以在路径上调整形状或者更改所有单个的定位锚点。

字符——小技巧

稍加训练并运用一些绘画方面的小技巧，单个字符的面貌就会发生改变，这能令各字符之间显得更加和谐。



如有需要，你可以调整每一个定位锚点。



长脖颈

我们赋予了字母“g”一个长长的脖颈，这样一来，所有的定位锚点都移到了曲线下方。



调整之前



调整之后

收尾处要齐平

我们拉长了字母“g”，这样一来，下方副标题的文本底线和字母“g”的下边缘就齐平了，两行文字构成了一个紧凑的整体。





均匀的间距

最后，我们还要将划分线恰好调整到两行文字的正中间。不过，挪移线条之后，字母“M”的曲线就超过了划分线。我们可以通过缩短曲线加以调整。



线条居中



必须缩短字母“M”的曲线



精益求精

细节造成差异。如果能够精准细致地处理细节，你的设计就能拥有良好的整体效果并具备较高的专业性。

线条粗细

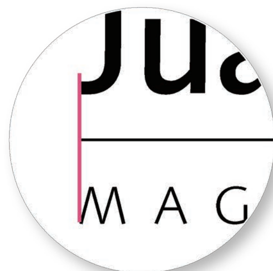
我们还需进一步调整线条的粗细。多数情况下，如本案例所示，设计者会以线条最细的字体作为参照。如果划分线也采用“Juans Club”的字体粗细，那么下方的副标题就会被压得喘不过气来。



轴线

处于上下位置的划分线与副标题在同一条轴线处收尾，左侧边缘也要恰好齐平。





上色

不妨尽情尝试各种颜色和渐变，但需注意确保内容清晰可读，同时选用较为内敛低调的背景。

完全没有背景

该Logo没有任何背景，效果也不错。



运用色彩和渐变可以很好地烘托出魔力的氛围。不过，渐变形成的边框会使Logo显得不再那么灵活。如果你想运用一些与众不同的广告媒介，诸如圆珠笔，就要充分考虑到这一点。或许，在这类特殊情况下，你不得不采用不含背景的Logo。









棕色和米色非常搭配，渐变似乎给Logo装上了一个边框，整体效果更加紧凑。







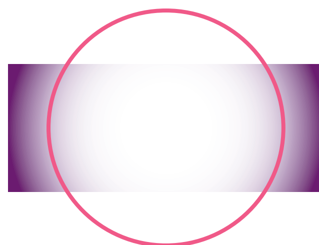
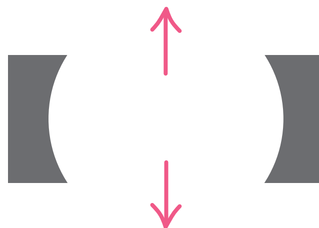
生机勃勃的青草绿显得略浅，无法与背景形成足够的对比。






紫罗兰象征着魔力，搭配米色显得和谐。



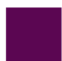






所有元素均采用紫罗兰色和白色——前后连贯，但是色彩非常浓厚鲜艳。此处的渐变为圆形，这使得整个Logo向上和向下均呈开放状。





四周收尾处均采用较深的紫罗兰色，这令Logo显得紧凑、向内收敛。这是一种不错的变式。

为图书馆设计的小宣传册

统一风格的多页面设计

一本小宣传册往往有很多信息需要分类，因而你首先需要考虑的是如何将这些信息分布在不同的页面上，之后才能着手设计并确定具体的排版，即文字和图片在页面的位置。所谓的版心构成了这种分布的基础。



大量信息

一家图书馆刚刚开业，这本小宣传册应当包含有关供应产品、开放时间以及借阅方式相关的各种信息。



版心与空间分布

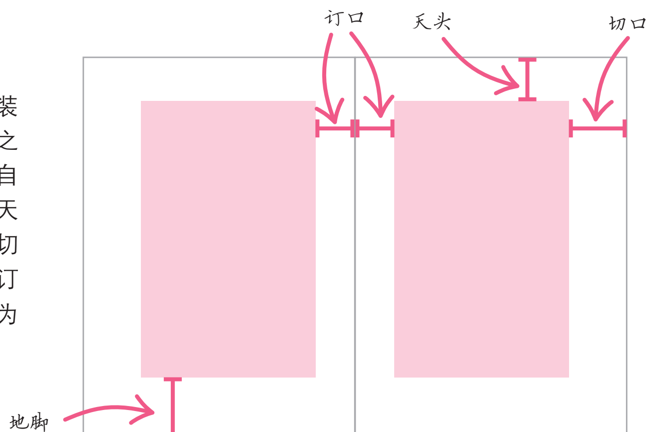
在跨页版面中，我们又面临一项特殊的任务，即找到版心，进而确认与之相关的空间分布。

找到版心

版心标明了某一页面的印制区域。特别是在多页面设计中，你必须在一开始就确定版心，之后每一页的版心都要完全一致，只有这样，你才能实现最佳的内容布局。事实上有很多种方法可以均衡结合印制区和空白区。或许，你还可以考虑在装订处额外加上页边空白。

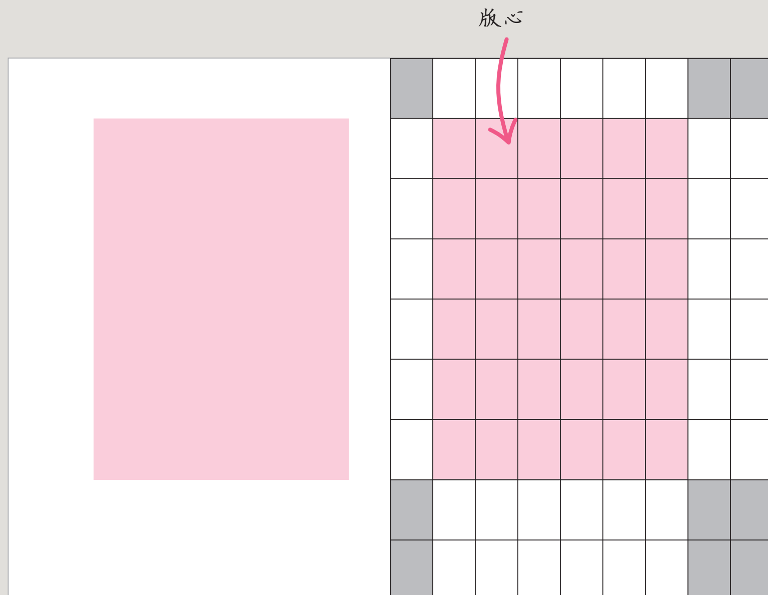
装订线和白边

在跨页版面中，人们将内部边缘，即装订处称为装订线，将版心和纸张边缘之间的空间称为白边。每一条白边都有自己的名称，其中上方的空白边被称为天头（上白边），外侧的空白边被称为切口（外白边），内部的空白边被称为订口（内白边），而底部的空白边被称为地脚（下白边）。



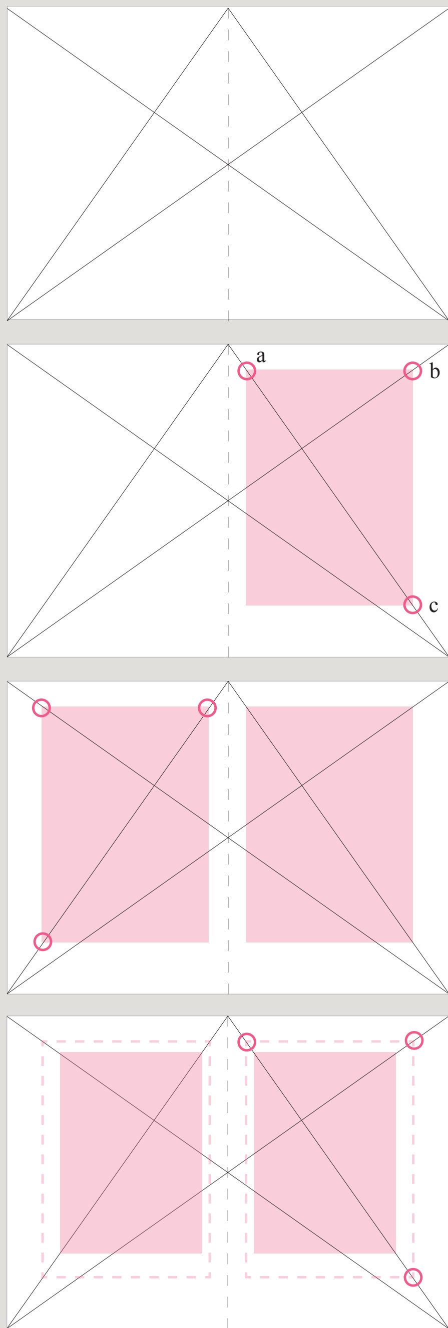
九宫格

你可以沿水平和垂直方向将某页面划分成九小块。对于纵开本而言，这就形成了许多狭长竖立的矩形。向内向上缩进一个矩形留白，向外向下分别缩进两个矩形留白，我们在此用灰色标注了缩进矩形。



对角线结构

采用该方法，你能够获得一个均衡匀称的版心。相较于第一种变式，设计者在此处确定的并不是白边宽，而是版心本身。这种线性结构中，设计者从外下方朝内上方，先跨页绘制出两条对角线，进而在其中每一页上都分别绘制一条对角线，这四条对角线就足够了，无须更多的线条。

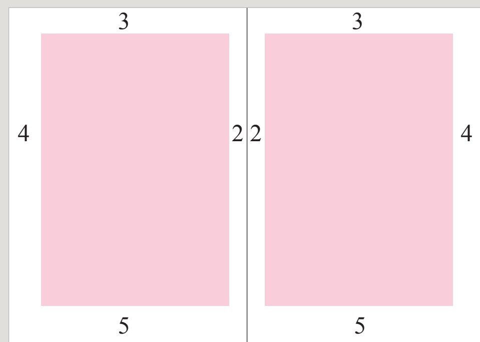


设想一下矩形的版心，现在你的任务就是绘制版心。从右侧开始，左上方的起始点（a）可以位于对角线的任何一处。你可以根据放置内容的多少调高或者调低起始点，然后在下一条对角线上定位矩形版心的右上角点（b）。现在定位右下方的第三个角点（c），从右上角点（b）出发拉一条假想的垂直线，它和第一条对角线的交叉点即为第三个角点（c）。三点确定以后，合拢整个矩形就自然得到了第四点。通过镜像对称，即可确定左侧页的版心。

视对角线上起始点位置的不同，版心或大或小。

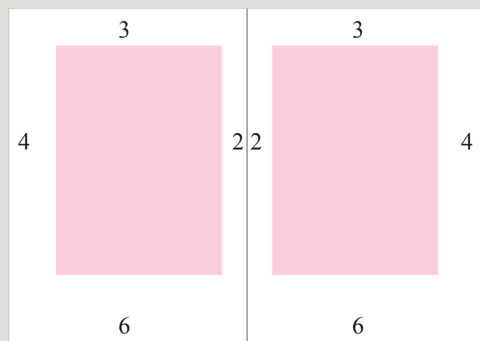
数列

2∶3∶4∶5数列可以完美地划分DIN格式的版面。这串数字确定了各白边之间的比例，首先对应装订口，接着是天头和切口，最后是地脚。这样一来，订口的宽度仅为切口的一半，天头约为地脚的一半多些。采用这种方法，版心的大小灵活可变，设计者可以根据文字和图片量的多少加以调整。

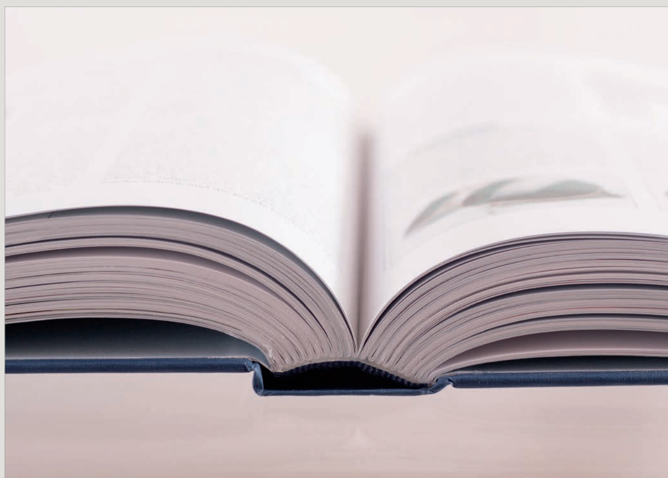


采用2∶3∶4∶5数列，版心较大。

此外，还有一种常见的数列也被广泛使用，即2∶3∶4∶6数列。除了地脚略大些以外，该版本和前者并无区别，较大的留白往往令版面显得更为优雅。



采用2∶3∶4∶6数列，版心较小。



注意页数

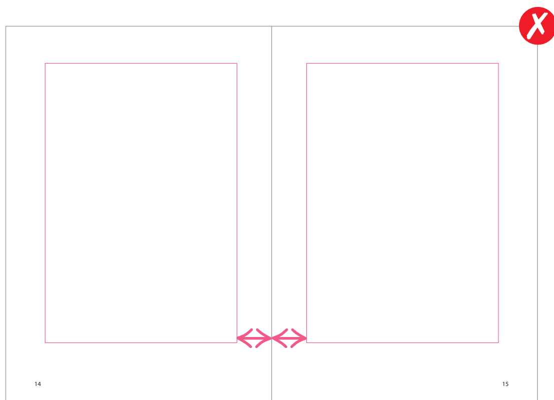
无论采用何种方法，原则上讲，订口总是最小的。不过也存在某些情况，其中必须给订口留出较大的空间，如果你的印制品页数很多就更是如此。根据装订方式的不同，许多页面并不一定能够光滑平整地展开，而装订线向内“消失不见”，读者就几乎无法看到原本位于该处的信息。如遇这种情况，请事先和印刷厂说明。

统一设计

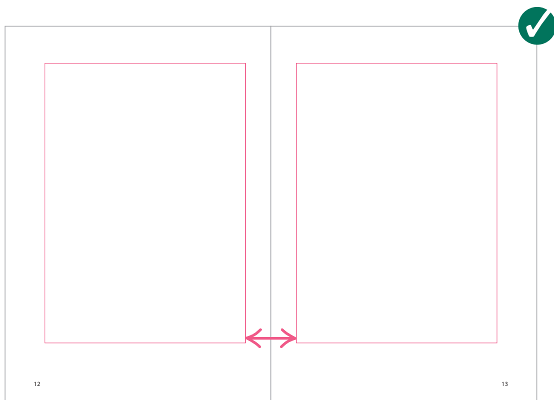
现在，双页已经展开呈现在我们面前，两个订口恰好相邻，视觉上形成了累加的效果。如果订口恰好和切口等宽的话，那么两页的间距就会显得过大，整个设计似乎也被分解了。

双页中的订口

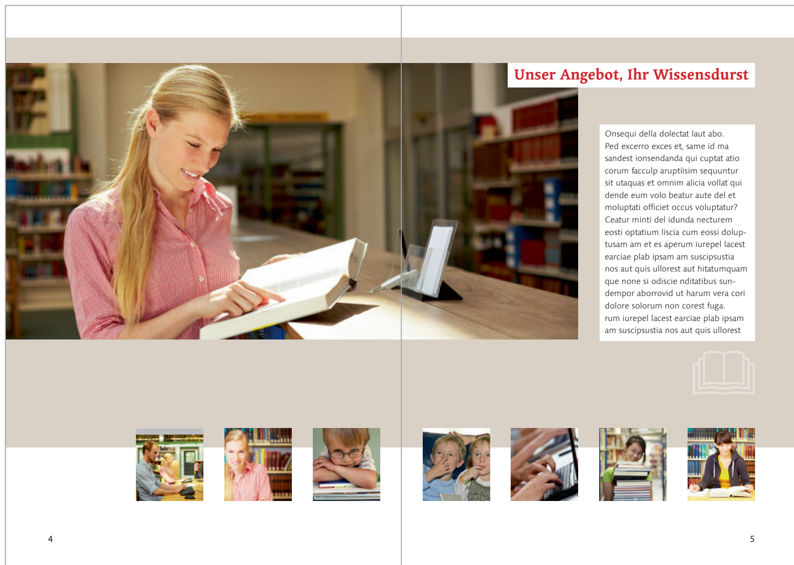
订口在视觉上呈现累加的效果。因此，双页文件中的订口要小于切口，通常前者宽度仅为后者的一半。



两条白边在视觉上呈现累加的效果。



因此需相应缩小订口的宽度 。



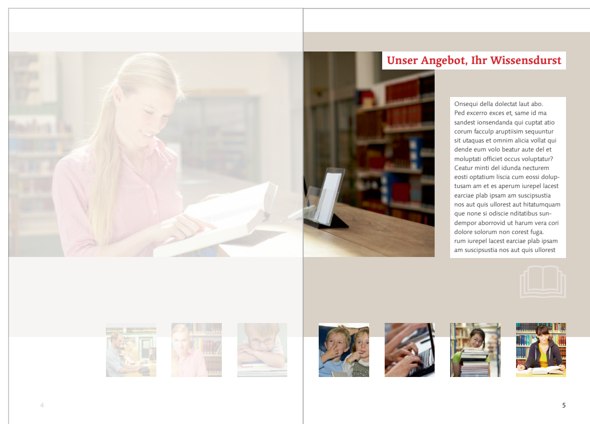
双页面设计

相邻两页的设计要构成风格统一的整体，这样也能使观众的阅读更为清晰顺畅。

右页占据主导地位

不知你是否已经觉察到，杂志中的宣传广告多数位于右侧？读者翻阅一本杂志时，视线首先会落在双页面的右侧。正因如此，你应当将最为重要的信息排在右侧。





上方重新开始

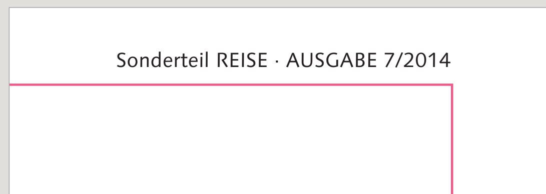
如果你能在新一页的上方标明新的主题或者文章，读者就更加一目了然，这能方便他们的阅读。吸睛元素最好能排在页面的外侧，并位于上半页较高的位置。

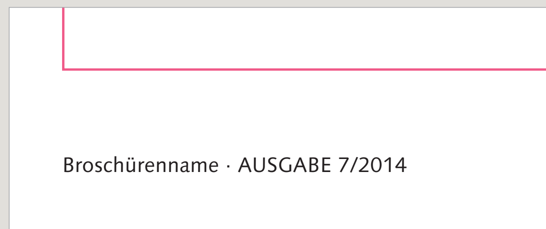
反复出现的对象

版面中有些元素会反复出现，诸如页码或者页眉和页脚，它们应当在左右页面中呈镜像分布，即始终位于版面的同一位置。

页眉和页脚

页眉位于页面的上方，而页脚位于页面的下边缘，两者都在版心以外[①]。它们包含了一些静态信息，比如杂志名称或版次，同时也包含了一些动态信息，比如章节标题和页数。每一页中，页眉和页脚的外观和位置都应保持一致，当然，相同信息不能在页面中重复出现两次，也就是说，你要么选用页眉，要么选用页脚。





① 德语书的版心不包括页眉和页脚。——译者注

编制页码

原则上讲，多页面印制品都需要页码标注，通常位于外下方，这样比较清晰规范。随便翻开一本书，你都会发现：右侧页总是奇数页，而左侧页总是偶数页。



标题和背面：无页码。

页数通常标注在外侧。

页码

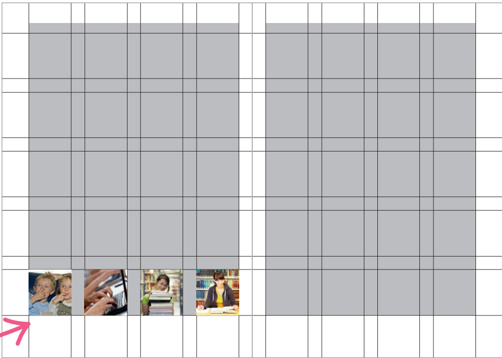
页码是页或者页数的古老称谓。标题页往往没有页码，但也计算在内。一份印制品超过多少页才应该编制页码，目前就此并无定论。四或六页的传单以及宣传小册子往往都会略去页码。

应用设计网格

特别是对于前后一致的连贯排版，网格的作用非同小可。它能帮助你均衡协调地布置各种文字和图片，确保含有大量内容的宣传册页码的格式统一。此外，你还能实现富有变化的设计。

轴线

通过网格形成的垂直和水平轴线增添了设计的平衡感和稳定性。



网格大小可以参照所用图片中的最小尺寸。

动静结合

设计网格使设计富有连贯性，这一点可谓好处多多。不过，网格也很快会产生一种僵硬感。如果想为设计增添一丝活力的话，不妨刻意地将一些对象置于网格之外。

放弃网格

你并不必严格遵照方方正正的网格进行布局。调整其宽度和高度，设计就会显得富有变化。



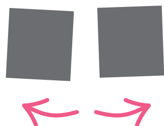


倾斜的元素

主要起到装饰作用的图片也能突破网格的限制！倾斜的元素可以使富有规律的网格显得生动活泼。







请注意一点，为了使版面匀称，图片应分别向左和向右旋转，而且幅度不能过大。如图所示，这些图片看起来像是蹦蹦跳跳的——这样一来，就成功地和大标题图片构成了对比，后者显得非常平稳。

商业宣传材料

一份针对不同用途的设计

商业宣传材料往往有多种不同表现形式，比如名片、信签纸或对账单，甚至还可能是宣传册或明信片，再或者是一张DIN长版格式的卡片。你的设计最好能够适用于所有的媒介，因此，你首先应当想一想在尺寸、格式和颜色方面对设计提出哪些要求？



房产经纪商的商业宣传材料

该房产经纪商需要设计一张信纸和名片，或许之后还要增加一个宣传册或明信片。就这项任务而言，我们直接面临两大挑战：首先，信纸必须符合特定的DIN标准；其次，整个设计必须适用于多种不同的纸质宣传媒介。

明确可能的尺寸

设计一个崭新的形象是一项激动人心的任务，你应该乐在其中。不过，在开始这项富有创造性的工作之前，请你务必明确一点，即该设计首先会通过何种媒介呈现在顾客眼前。原因很简单：正如你通过之前学习所了解的，并非每种字体都适用于每种尺寸。同样，有些颜色在小面积运用时显得平易近人，一旦大面积运用就会显得花里胡哨，令人感到不悦。

在我们这个案例中，房产经纪商之后选择诸如招贴画或布告这样的大尺寸作品进行宣传的可能性很小，更有可能选用的宣传媒介是明信片、小幅广告或者传单。

用到所有尺寸？

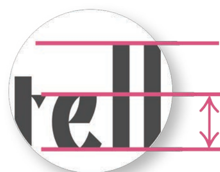
大、中或小？如果设计者事先知道，所用字体将以各种不同尺寸呈现，那么他应该下意识地选用一些无论大小皆清晰可读的字体。不妨尝试各种字体的较小尺寸，看看其中哪些清晰可读，哪些模糊不清？

Gesa Stellsendorf
IMMOBILIENMAKLERIN



字体拥有精致的衬线和较小的x高度，那么如果采用小尺寸，读者将难以辨识。

Gesa Stellsendorf
IMMOBILIENMAKLERIN



x高度。

Gesa Stellsendorf
IMMOBILIENMAKLERIN



强烈不规则的字体，相较于小尺寸，大尺寸效果会更好些。

Gesa Stellsendorf
IMMOBILIENMAKLERIN



字体拥有较大的x高度和清晰的线条，那么即便采用小尺寸，读者依然能够轻易辨识。

Logo

此处的Logo是一个带有文字的图形，其中图形位于左上方，而文字位于右下方，设计者由此实现了一种匀称均衡的布局。





单独的图形似乎向一侧倾斜。



加入文字增添了稳定性。

对位平衡

块状Logo和块状文字处于对位，这样一来，Logo显得不再倾斜，而很平衡。

找到一种合适的颜色

在选择颜色时，请务必注意待上色区域的面积大小。Logo设计中有这样一条法则：上色区域面积越大，所选颜色就应越朴素。举例而言，红色和黄色均为信号颜色，根据色调不同，它们会发出耀眼的亮光。



谨慎使用刺眼颜色

如果某宣传材料中的Logo或文字被放得很大，那么务必谨慎使用抢眼的信号颜色，千万不要大面积运用。

CD（企业设计）

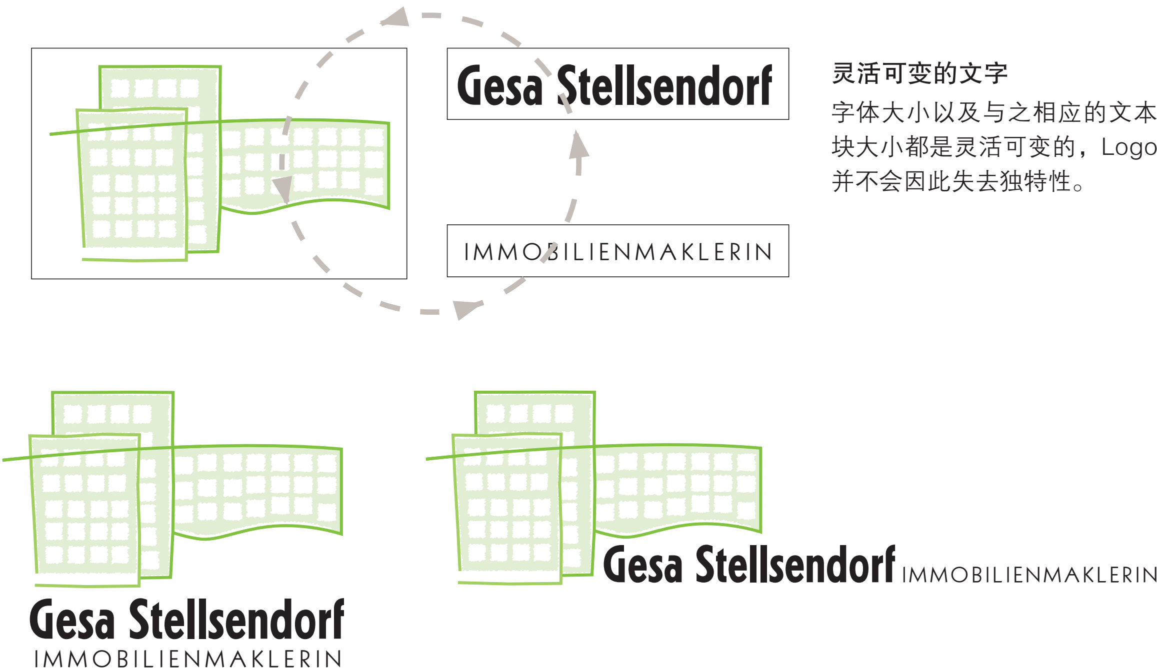
字母CD指的是企业设计，它是企业形象（CI）的一部分，这两个概念也经常被混用。企业设计被理解为某企业在视觉上呈现给人们的整体外貌，即Logo、字体设计、所用字体、颜色、图片以及其他元素。

保持灵活可变

原则上讲，设计整体形象的挑战主要在于建立起一种识别度和连贯性，以便观众辨识出其中的整体相关性。也就是说，只要手里拿着一张信纸，你就能立即发现它来自于那位前不久刚刚给过你名片的女士，因为这张信纸和之前的名片在设计上有相似之处。除此之外，人们还对这类设计提出了一项要求：尽可能大地保持灵活性，从而确保作品可以通过各式各样的宣传媒介呈现给观众。Logo越是独特，越是引人注目，就越是应该在确保识别度的情况下同时满足这两个要求。下列带有两个文本块的Logo，就向我们展示了如何通过妥协同时满足上述两点要求。人们可以轻而易举地拆解该Logo，使其适用于各种不同的格式。与此同时，房屋图形和文字又个性十足，这赋予该Logo很强的识别度和整体相关性，更易于观众辨识。

积木式系统

如果空间有限，我们可以按组成要素进一步拆分Logo。不过请务必不断检测，Logo是否可能因此发生倾斜。



灵活可变的文字

字体大小以及与之相应的文本块大小都是灵活可变的，Logo并不会因此失去独特性。

信笺纸上的信息标注

商务信笺纸可以向所有人呈现公司的面貌，人们还可以通过上面的信息与公司取得书面联系。正因如此，确保其含有所有必要且重要的信息并秉承设计的专业性就显得尤为重要。



GesaStellsendorf
IMMOBILIENMAKLERIN

Gesa Stellsendorf
Zollerndamm 456
16983 Berlin

Telefon: 030/98 98 87
Mobil: 0611/98 76 54
E-Mail:info@gstellsendorf.de
Steuernummer5698/963/9987

Bank: Berliner Sparkasse
KontoinhaberGesaStellsendorf
Kto: 659 874 560
BLZ: 300 500 00

Gesa Stellsendorf · Zollerndamm 456 · 16983 Berlin

Berlin, 15. April 2013

Angebot gemäß Anfrage vom 13.4.2013

Sehr geehrte Frau Brocher,
wietelefonischbesprochensendeichIhnenhiermitdasAngebotfürdieSechs-Zimmer-WohnunginBerlinLichterfelde. DieWohnungbefindetsichinderParkstraßeimStadteilLichterfelde.IndendreiZimmernzurBrochenerStraßeundim ZimmervorderKüchebefindetsichversiegeltesParkettbeziehungsweiseabgezogeneundversiegelteDielen.Dieübrigen dreiZimmerundderFlurhabeneinenFußbodenbelaginParkettoptik.DieWohnungverfügtübereinmodernesWannen-badmitEinbaubadewanne,zweiseparatemoderneDuschensowieeineseparatemoderneGästetoilette.

Die Kaution beträgt 3 Netto-Kaltmieten, die Provision 2 Netto-Kaltmieten.

Zimmer: 6
Wohnfläche ca.: 200,00 m^2
Wohnungstyp: Etagenwohnung
Etage: 2
Etagenanzahl: 4
Badezimmer: 2
Bezugsfrei ab: 01.07.2013
Nettokaltmiete: 1980,00 Euro
Umlagen: 350,00 Euro

DieWohnungwirdwiebesprochenbiszum30.April2013fürSiefreigehalten.ÜbereinepositiveAntwortbiszum genannten Termin würde ich mich freuen.

Bis dahin verbleibe ich
mit freundlichen Grüßen

每张信笺纸都应包含下列内容：

- 公司名称或者个人姓名。
- 街道和门牌号。
- 带有地点的邮编。
- 电话号码及传真号码（如有）。
- 国家（如有）。
- 分支机构（如有）。
- 邮箱地址（如有）。
- 电子邮箱地址。
- 网址（如有）。

其他信息

信笺纸的主体可能是一名在商业登记册中注册在案的商人，也可能是一家企业，视具体情况不同，信笺纸中应包括下列必要信息：

- 法律形式 。
- 商业机构的地址或公司驻地。
- 公司在商业登记册中注册在案的办理法院和编号。
- 所有的企业负责人。

标准信笺纸

DIN A4格式的信笺纸必须符合某些特定的标准。比如说，地址栏必须设置在特定的位置，从而确保读者可以透过开窗信封读到该信息。下面我们还将介绍一些信息栏和标记，当然，并非所有这些信息都是必不可少的。

地址栏（留白）

设计中应该为地址栏留白，其尺寸为85毫米 × 55毫米，距离左边缘20毫米，距离上边缘50毫米。你必须严格遵守这些规定，否则就无法确保读者能透过开窗信封读到该信息。

信件处理标注（留白）

地址栏右侧是收件标注和信件处理标注栏。和地址栏一样，我们也需为其留白。不过很多情况下，这里只留有一条狭长的空白区域，其右侧还印制了公司相关的其他信息，当然这也是可行的。

GesaStellsendorf
IMMOBILIENMAKLERIN

Gesa Stellsendc
Zollerndamm 4
16983 Berlin

Telefon: 030/98
Mobil: 0611/98
E-Mail:info@gstell
Steuernummer569

Bank: Berliner S
KontoinhaberGesa
Kto: 659 874 56
BLZ: 300 500 00

Gesa Stellsendorf · Zollerndamm 456 · 16983 Berlin

Caroline Brocher
Breidenweg 24
80369 Beierbruch

EINGEGANGEN
13.4.2013

Berlin, 15. April 2013

Angebot gemäß Anfrage vom 13.4.2013

Sehr geehrte Frau Brocher,
wietelefonischbesprochensendeichIhnenhiermitdasAngebotfürdieSechs-Zimmer-WohnunginBerlinLichterfelde.

寄件人字行（设定）

寄件人字行往往很小，多采用6磅或7磅字体，直接位于地址栏的上方。在高度上，应为该字行上下各留出5毫米的空白，即该栏起始于距离上方边缘45毫米处。当然寄件人字行可以预先设定，其往往由姓名、公司以及地址组成。

折叠标记（设定）

如想将信笺纸装入DIN长版格式的信封，两道折叠标记将大有用处。其中第一道位于距离上边缘105毫米处，第二道位于第一道下方105毫米处。



GesaStellsendorf
IMMOBILIENMAKLERIN

Gesa Stellsendorf · Zollerndamm 456 · 16983 Berlin

Gesa Stellsendorf
Zollerndamm 456
16983 Berlin

Telefon: 030/98 98 87
Mobil: 0611/98 76 54
E-Mail:info@gstellsendorf.de
Steuernummer5698/963/9987

Berlin, 15. April 2013

Angebot gemäß Anfrage vom 13.4.2013

Sehr geehrte Frau Brocher,
wietelefonischbesprochensendeichIhnenhiermitdasAngebotfürdieSechs-Zimmer-WohnunginBerlinLichterfelde. DieWohnungbefindetsichinderParkstraßeimStadtteilLichterfelde.IndendreiZimmernzurBrochenerStraßeundim ZimmervorderKüchebefindetsichversiegeltesParkettbeziehungsweiseabgezogeneundversiegelteDielen.Dieübrigen dreiZimmerundderFlurhabeneinenFußbodenbelaginParkettoptik.DieWohnungverfügtübereinmodernesWannen-badmitEinbaubadewanne,zweiseparatenmodernenDuschensowieeineseparatemoderneGästetoilette.

Die Kaution beträgt 3 Netto-Kaltmieten, die Provision 2 Netto-Kaltmieten.

Zimmer: 6
Wohnfläche ca.: 200,00 m²
Wohnungstyp: Etagenwohnung
Etage: 2
Etagenanzahl: 4
Badezimmer: 2
Bezugsfrei ab: 01.07.2013
Nettokaltmiete: 1980,00 Euro
Umlagen: 350,00 Euro

DieWohnungwirdwiebesprochenbiszum30.April2013fürSiefreigehalten.ÜbereinepositiveAntwortbiszum genannten Termin würde ich mich freuen.

Bis dahin verbleibe ich
mit freundlichen Grüßen

Gesa Stellsendorf

GesaStellsendorf
Zollerndamm456
16983 Berlin

Telefon:030/989887
Mobil:0611/987654

E-Mail:info@gstellsendorf.de
Steuernummer5698/963/9987

BankBerlinerSparkasse
Kto: 659 874 560
BLZ: 300 500 00

打孔标记（设定）

辅助标志可以帮助人们对齐打孔，这能确保被打孔纸张和文件夹很好地匹配。打孔标记恰好位于中间，即距离上边缘148.5毫米处。请用粗细不超过0.3磅的短线段标注出折叠标记和打孔标记。

商业信息（设定）

信笺纸的下边缘处给出了一些商业信息，比如企业负责人、联系方式等。我们并未事先规定该区域的高度，不过出于设计的考虑，该区域和纸张下边缘之间至少应留有7毫米～8毫米的空白。另外，商业信息也可布局于信笺纸的右上方。

GesaStellsendorf
IMMOBILIENMAKLERIN

Gesa Stellsendorf
Zollerndamm 456
16983 Berlin

Telefon: 030/98 98 87
Mobil: 0611/98 76 54
E-Mail:info@gstellsendorf.de
Steuernummer5698/963/9987

Gesa Stellsendorf · Zollerndamm 456 · 16983 Berlin

Berlin, 15. April 2013

Angebot gemäß Anfrage vom 13.4.2013

Sehr geehrte Frau Brocher,
wietelefonischbesprochensendeichIhnenhiermitdasAngebotfürdieSechs-Zimmer-WohnunginBerlinLichterfelde. DieWohnungbefindetsichinderParkstraßeimStadteilLichterfelde.IndendreiZimmernzurBrochenerStraßeundim ZimmervorderKüchebefindetsichversiegeltesParkettbeziehungsweiseabgezogeneundversiegelteDielen.Dieübrigen dreiZimmerundderFlurhabeneinenFußbodenbelaginParkettoptik.DieWohnungverfügtübereinmodernesWannen-badmitEinbaubadewanne,zweiseparatenmodernenDuschensowieeineseparatemoderneGästetoilette.

Die Kaution beträgt 3 Netto-Kaltmieten, die Provision 2 Netto-Kaltmieten.

Zimmer: 6
Wohnfläche ca.: 200,00 m²
Wohnungstyp: Etagenwohnung
Etage: 2
Etagenanzahl: 4
Badezimmer: 2
Bezugsfrei ab: 01.07.2013
Nettokaltmiete: 1980,00 Euro
Umlagen: 350,00 Euro

DieWohnungwirdwiebesprochenbiszum30.April2013fürSiefreigehalten.ÜbereinepositiveAntwortbiszum genannten Termin würde ich mich freuen.

Bis dahin verbleibe ich
mit freundlichen Grüßen

Gesa Stellsendorf

GesaStellsendorf
Zollerndamm456
16983 Berlin

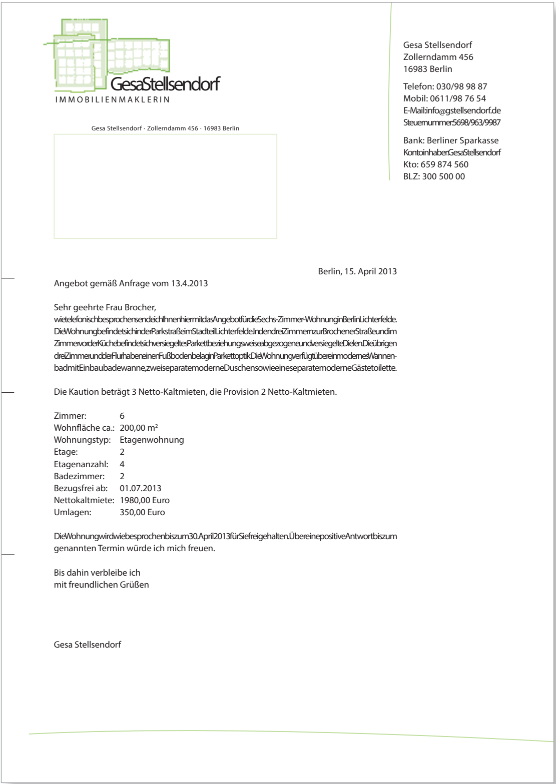
Telefon:030/989887
Mobil:0611/987654

E-Mail:info@gstellsendorf.de
Steuernummer5698/963/9987

BankBerlinerSparkasse
Kto: 659 874 560
BLZ: 300 500 00

信笺纸的变式

Logo位于信笺纸的上半部分，商业信息位于信笺纸的右上方。我们还从Logo中提取了一条微微弯曲的弧线并把它作为页面下方的分隔线，这实现了很好的视觉效果。



GesaStellsendorf
IMMOBILIENMAKLERIN

Gesa Stellsendorf
Zollerndamm 456
16983 Berlin

Telefon: 030/98 98 87
Mobil: 0611/98 76 54
E-Mail:info@gstellsendorf.de
Steuernummer5698/963/9987

Bank: Berliner Sparkasse
KontoinhaberGesaStellsendorf
Kto: 659 874 560
BLZ: 300 500 00

Gesa Stellsendorf · Zollerndamm 456 · 16983 Berlin

Berlin, 15. April 2013

Angebot gemäß Anfrage vom 13.4.2013

Sehr geehrte Frau Brocher,
wietelefonischbesprochensendeichIhnenhiermitdasAngebotfürdieSechs-Zimmer-WohnunginBerlinLichterfelde.
DieWohnungbefindetsichinderParkstraßeimStadteilLichterfelde.IndendreiZimmernzurBrochenerStraßeundim
ZimmervorderKüchebefindetsichversiegeltesParkettbeziehungsweiseabgezogeneundversiegelteDielen.Dieübrigen
dreiZimmerundderFlurhabeneinenFußbodenbelaginParkettoptik.DieWohnungverfügtübereinmodernesWannen-
badmitEinbaubadewanne,zweiseparatemoderneDuschensowieeineseparatemoderneGästetoilette.

Die Kaution beträgt 3 Netto-Kaltmieten, die Provision 2 Netto-Kaltmieten.

Zimmer: 6
Wohnfläche ca.: 200,00 m²
Wohnungstyp: Etagenwohnung
Etage: 2
Etagenanzahl: 4
Badezimmer: 2
Bezugsfrei ab: 01.07.2013
Nettokaltmiete: 1980,00 Euro
Umlagen: 350,00 Euro

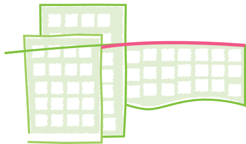
DieWohnungwirdwiebesprochenbiszum30.April2013fürSiefreigehalten.ÜbereinepositiveAntwortbiszum
genannten Termin würde ich mich freuen.

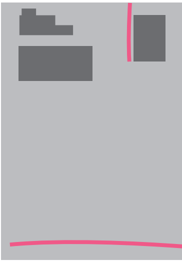
Bis dahin verbleibe ich
mit freundlichen Grüßen

Gesa Stellsendorf

兼具装饰功能和朴素风格

从Logo图形中提取的线条在各种不同的变式中再现。







GESA STELLSENDORF · ZOLLERNDAMM 456 · 16983 BERLIN

GesaStellsendorf
IMMOBILIENMAKLERIN

Berlin, 15. April 2013

Angebot gemäß Anfrage vom 13.4.2013

Sehr geehrte Frau Brocher,
wietelefonischbesprochensendeichIhnenhiermitdasAngebotfürdieSechs-Zimmer-WohnunginBerlinLichterfelde.
DieWohnungbefindetsichinderParkstraßeimStadteilLichterfelde.IndendreiZimmernzurBrochenerStraßeundim
ZimmervorderKüchebefindetsichversiegeltesParkettbeziehungsweiseabgezogeneundversiegelteDielen.Dieübrigen
dreiZimmerundderFlurhabeneinenFußbodenbelaginParkettoptik.DieWohnungverfügtübereinmodernesWannen-
badmitEinbaubadewanne,zweiseparatemoderneDuschensowieeineseparatemoderneGästetoilette.

Die Kaution beträgt 3 Netto-Kaltmieten, die Provision 2 Netto-Kaltmieten.

Zimmer: 6
Wohnfläche ca.: 200,00 m²
Wohnungstyp: Etagenwohnung
Etage: 2
Etagenanzahl: 4
Badezimmer: 2
Bezugsfrei ab: 01.07.2013
Nettokaltmiete: 1980,00 Euro
Umlagen: 350,00 Euro

DieWohnungwirdwiebesprochenbiszum30.April2013fürSiefreigehalten.ÜbereinepositiveAntwortbiszum
genannten Termin würde ich mich freuen.

Bis dahin verbleibe ich
mit freundlichen Grüßen

Gesa Stellsendorf

GesaStellsendorf
Zollerndamm456
16983 Berlin

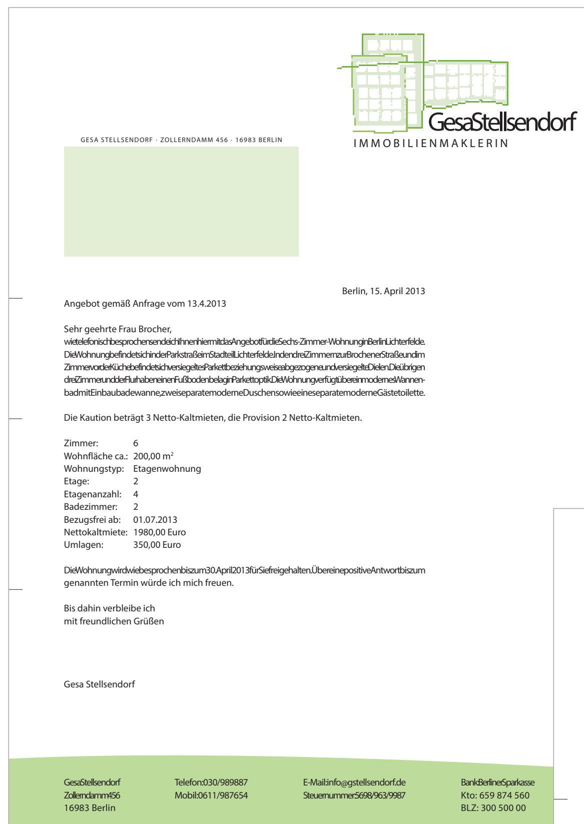
Telefon:030/989887
Mobil:0611/987654

E-Mail:info@gstellsendorf.de
Steuernummer5698/963/9987

BankBerlinerSparkasse
Kto: 659 874 560
BLZ: 300 500 00

更加鲜明有力的呈现方式

在右侧的变式中，我们并未采用单纯的线条，而是采用了一块由该线条勾勒出其上边缘的有色区域。姓名和职务等信息的布局方式也有所不同。归根结底，这还是取决于个人喜好。



GesaStellsendorf
IMMOBILIENMAKLERIN

GESA STELLSENDORF · ZOLLERNDAMM 456 · 16983 BERLIN

Berlin, 15. April 2013

Angebot gemäß Anfrage vom 13.4.2013

Sehr geehrte Frau Brocher,
wietelefonischbesprochensendeichIhnenhiermitdasAngebotfürdieSechs-Zimmer-WohnunginBerlinLichterfelde. DieWohnungbefindetsichinderParkstraßeimStadteilLichterfelde.IndendreiZimmernzurBrochenerStraßeundim ZimmervorderKüchebefindetsichversiegeltesParkettbeziehungsweiseabgezogeneundversiegelteDielen.Dieübrigen dreiZimmerundderFlurhabeneinenFußbodenbelaginParkettoptik.DieWohnungverfügtübereinmodernesWannen-badmitEinbaubadewanne,zweiseparatemoderneDuschensowieeineseparatemoderneGästetoilette.

Die Kaution beträgt 3 Netto-Kaltmieten, die Provision 2 Netto-Kaltmieten.

Zimmer: 6
Wohnfläche ca.: 200,00 m²
Wohnungstyp: Etagenwohnung
Etage: 2
Etagenanzahl: 4
Badezimmer: 2
Bezugsfrei ab: 01.07.2013
Nettokaltmiete: 1980,00 Euro
Umlagen: 350,00 Euro

DieWohnungwirdwiebesprochenbiszum30April2013fürSiefreigehalten.ÜbereinepositiveAntwortbiszum genannten Termin würde ich mich freuen.

Bis dahin verbleibe ich
mit freundlichen Grüßen

Gesa Stellsendorf

GesaStellsendorf
Zollerndamm456
16983 Berlin

Telefon:030/989887
Mobil:0611/987654

E-Mail:info@gstellsendorf.de
Steuernummer:5698/963/9987

Bank:BerlinerSparkasse
Kto: 659 874 560
BLZ: 300 500 00

地址栏

我们可以借助一条细线设定地址栏的外框，或者也可为其设置一块彩色背景区，当然也可以完全留白。



GesaStellsendorf IMMOBILIENMAKLERIN

GESA STELLSENDORF · ZOLLERNDAMM 456 · 16983 BERLIN

Berlin, 15. April 2013

Angebot gemäß Anfrage vom 13.4.2013

Sehr geehrte Frau Brocher,
wietelefonischbesprochensendeichIhnenhiermitdasAngebotfürdieSechs-Zimmer-WohnunginBerlinLichterfelde. DieWohnungbefindetsichinderParkstraßeimStadteilLichterfelde.IndendreiZimmernzurBrochenerStraßeundim ZimmervorderKüchebefindetsichversiegeltesParkettbeziehungsweiseabgezogeneundversiegelteDielen.Dieübrigen dreiZimmerundderFlurhabeneinenFußbodenbelaginParkettoptik.DieWohnungverfügtübereinmodernesWannen-badmitEinbaubadewanne,zweiseparatemoderneDuschensowieeineseparatemoderneGästetoilette.

Die Kaution beträgt 3 Netto-Kaltmieten, die Provision 2 Netto-Kaltmieten.

Zimmer: 6
Wohnfläche ca.: 200,00 m²
Wohnungstyp: Etagenwohnung
Etage: 2
Etagenanzahl: 4
Badezimmer: 2
Bezugsfrei ab: 01.07.2013
Nettokaltmiete: 1980,00 Euro
Umlagen: 350,00 Euro

DieWohnungwirdwiebesprochenbiszum30April2013fürSiefreigehalten.ÜbereinepositiveAntwortbiszum genannten Termin würde ich mich freuen.

Bis dahin verbleibe ich
mit freundlichen Grüßen

Gesa Stellsendorf

GesaStellsendorf
Zollerndamm456
16983 Berlin

Telefon:030/989887
Mobil:0611/987654

E-Mail:info@gstellsendorf.de
Steuernummer:5698/963/9987

Bank:BerlinerSparkasse
Kto: 659 874 560
BLZ: 300 500 00

信头的变式

在该版设计中，设计者将Logo中的两个文本块相邻放置。这虽然会沿宽度方向占据较多的空间，但信头区域完全有条件做到这一点，而且从设计的角度看，这样布局的效果很不错。

告知信息或是广告宣传？

请你千万不要混淆了信笺纸和宣传材料这两个概念。信笺纸自然代表了公司的形象，也应该符合企业设计的要求，不过请明确一点，信笺纸的功能并不是广告宣传。

不是宣传材料

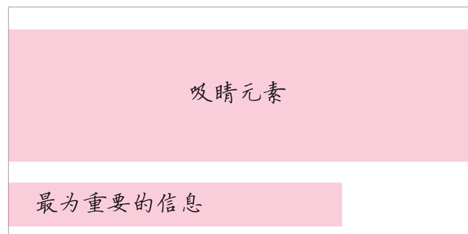
我们在信笺纸中无须设置传统意义上引人注目的吸睛元素，也无须确定最为重要的信息。信笺纸的核心要素是信息；与之相反，对于其他媒介而言，广告宣传和容易记忆这两点是至关重要的。

对比

信笺纸首先应包含客观信息并能令观众一目了然。宣传材料则不同，比如说一张DIN长版格式的卡片应该起到宣传的作用，以能够引人注目。



彩色背景区的颜色源自于图形。



这张卡片是一种宣传材料，因而设计者充分考虑到了吸睛元素的设置，并突出传达了最为重要的信息。



线条作为一种设计手法在此案例中得以再现。请注意轴线对齐，出于视觉效果的考虑，下方的直线朝左右两侧略微凸出。

包含各种变式的名片设计

商业宣传材料中自然少不了名片。客户可以自行确定选用横开本还是纵开本设计。Logo标志同时适用于这两种情况。

适用于各种不同的版式

横版还是纵版，带有背景或者不含背景——各种元素都是灵活可变的。纵版显得更为优雅些，但没有横版那么常用。









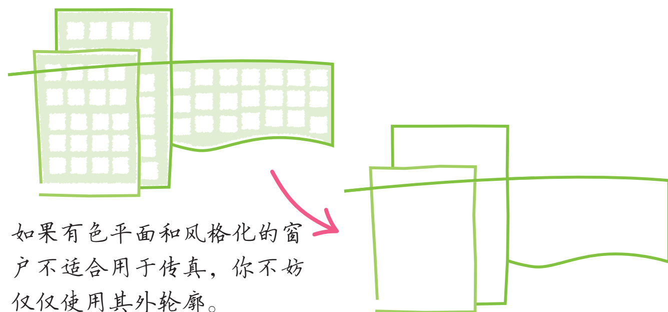
可以传真

客户往往会通过传真的方式传达信笺纸上的内容，因此，可以传真成为设计需要满足的一项前提条件。那么，你应该注意哪几点呢？原则上讲，视传真质量以及分辨率的差异，我们应该或多或少地强化印制区域的打点密度。请务必注意。

- Logo或文字对比鲜明。
- 有色区域颜色不能过深，否则传真后，人们无法辨识文字。
- 不要采用过细的线条和文字，否则传真之后可能会消失不见。
- 不要采用较小的彩色文字。

稍作变化的设计

或许你的客户坚持要求在Logo中采用细线或者深色的背景区域，这样一来，企业设计就无法和适用于传真的模版相互协调，此时，你可以考虑稍作变化，基于原设计重新制作一份适用于传真的变式，改变或者干脆去除那些影响传真的关键对象。

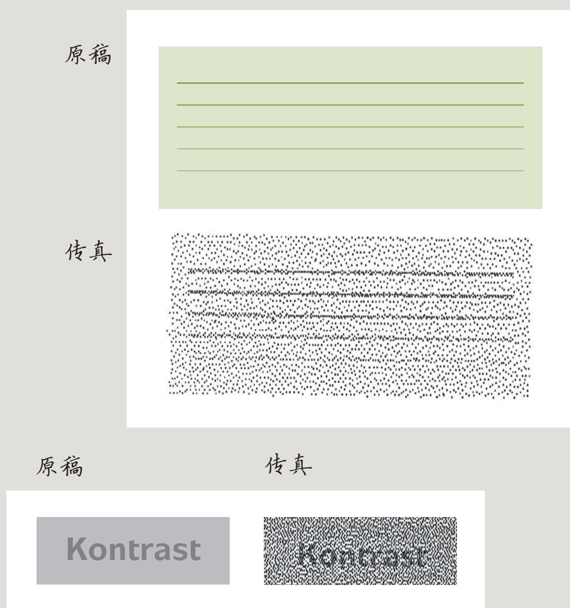


如果有色平面和风格化的窗户不适合用于传真，你不妨仅仅使用其外轮廓。

分辨率较低

平面的设计元素以及纤细的线条分辨率较低，因此一般而言不太适合传真。



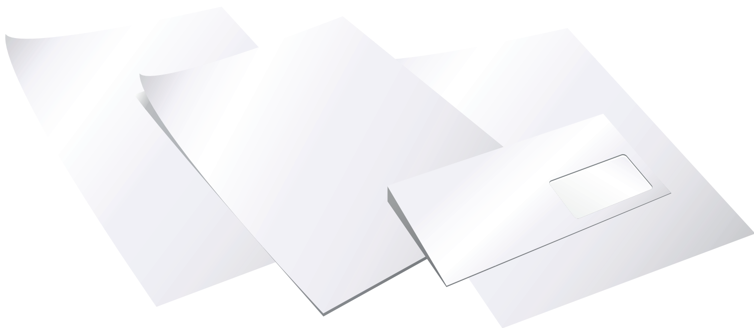


信笺纸设计的小贴士

完成设计之后，为了确保你的作品在之后呈现出完美的印刷效果，你还需传授给客户一些实用的小贴士。如果客户之后想用家用激光打印机印制这些信笺纸，那么就不能采用数字打印的方式。一旦采用激光打印机进行数字打印，纸张就可能发生掉色。正因如此，至少在现有技术条件下，信笺纸以及预印制的账单应为胶印制品。相反，如果采用的是喷墨打印机，你大可以向客户推荐数码打印信笺纸的印刷方式。

纸张厚度

通常情况下，信笺纸的厚度为80克/平方米。人们可以在邮寄时将三张这种厚度的纸张同时塞入一个信封。包括信封在内的三张纸总重不超过规定的20克，邮寄者只需支付标准邮资58欧分——超过该重量需缴付邮资90欧分。



连同信封在内，58欧分邮资仅够支付最多三张DIN A4格式的信笺纸。

（每平方米）克重和纸张重量

人们采用克重这个概念表达纸张的重量，即每平方米的克重。所谓80克重纸张的含义就是，一平方米大小的纸张重量恰好为80克。

常见的克重。

- 信笺纸：80克/平方米。
- 名片：240克/平方米～400克/平方米。
- 传单或宣传册：135克/平方米～170克/平方米。
- 明信片：180克/平方米～450克/平方米。

社区活动中心

一本含有多张肖像图的小宣传册

如果想在宣传材料中较多地展现自己，不妨利用图片作为主导性的设计元素。肖像图散发出个性气息，一般来说能够引发观众的同感并能吸引他们的注意力。倘若能在肖像处理中遵循几大基本原则，那么你的设计将会显得非常和谐且令人满意。

肖像显得极具亲和力

一家老年社区活动中心的经营者想在一本宣传册中介绍该机构。该项设计的挑战在于处理大量的图片。肖像应该显得亲切友好并且能够引发观众的同感，排版布局方面要生动活泼一些，而不能呆板贫乏。



迎合目标受众

在这项工作中，我们可以明确界定目标受众：对社区共同生活持乐观态度的老年人，即不太保守且比较健谈的老年人。我们决定选用黄色和橙色——亲切友好的浅色。

效果不错——肖像图

选用大量医生和共同居住者的肖像图能够最好地迎合目标受众。





图片裁切

将图片中多余部分裁切掉。



按比例缩放

我们不需要原图背景中的椅子和窗户。请向读者突出展示其感兴趣的对象——人物。

肖像的小贴士

尽管“肖像”的准确定义是对人物的呈现，其中并未规定拍摄距离的远近，但在口语中，我们往往把人物的近距离拍摄照称为肖像。在处理肖像时，你应该对某些特别的规则和小贴士有所了解。

视线方向

原则上讲，肖像中人物的视线应指向页面内侧。一方面，这能引导读者看向页内，另一方面，这也显得该人物融入了版面内容并对其充满兴趣。

如果你想刻意呈现人物心不在焉或者不感兴趣的姿势，那么就让其视线朝外。

对内容不感兴趣。







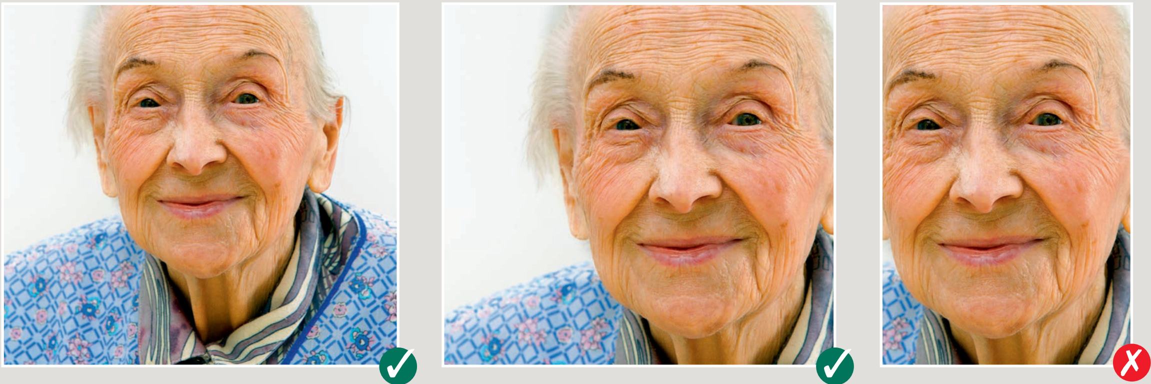


两个人

互相注视或朝向彼此的几个人显得内心开朗并对彼此充满兴趣。背对背的两个人即便面带微笑，也会显得彼此排斥。

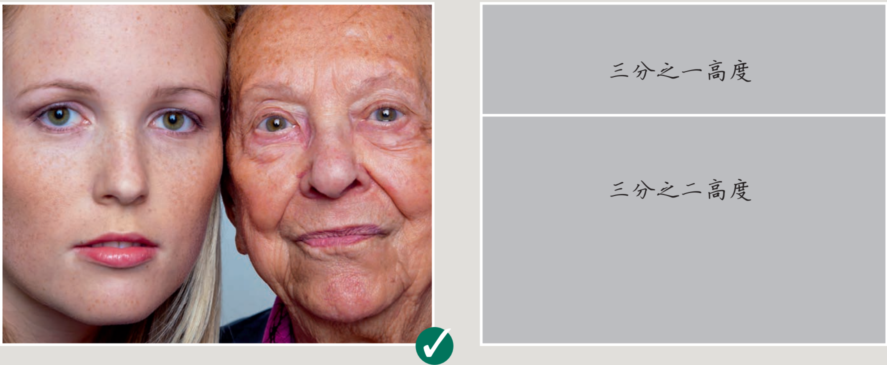
剪切图片

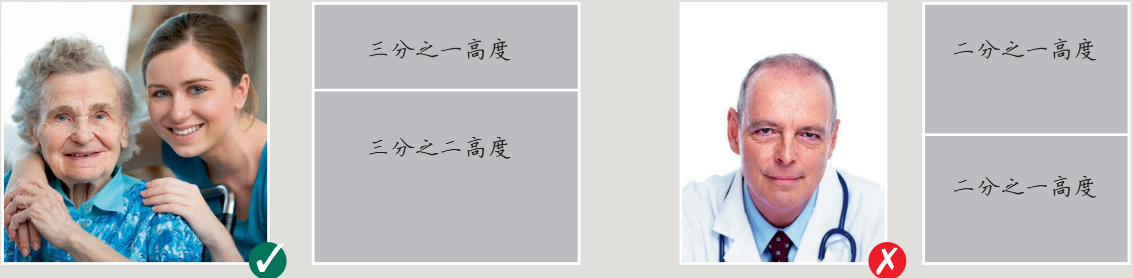
经过剪切的脸部特写镜头看上去很有意思。通常在额头部位进行剪切，也可以沿侧面剪切。不过请注意，至多沿两侧进行剪切，否则即便中心人物充满魅力，这张图片还是很快就会让人联想到通缉照片。



眼睛的高度

在处理含有人物头部的照片时，请注意将眼睛置于约边缘三分之一高度处。其他任何布局方式都可能会显得有些滑稽。





多张图片并排放置

请注意多张图片之间的相互作用。比如说，你正在设计一份双页面的报纸或宣传册，那么请务必注意使相邻两页形成一个统一的整体。共同呈现的多张图片将重新构成一张全新的大图。



gründlichenGestalten der Würmchen, der Mückchen näher an meinem Herzen füh-le, und fühle die Ge-genwartdesAllmäch-tigen, der uns nach seinem Bilde schuf, das Wehen des Al-liebenden, der uns in ewiger Wonne. Heiligtum stehlen, ich dann im hohen Grase am fallenden Ba-che liege, Heiligtum stehlen, ich dann im hohen Grase am fallenden Bache liege.

Unsere Mitarbeiter

Heiterkeit hat meine ganze Seele einge-nommen,gleichdensüßenFrühlingsmor-

gen, die ich mit ganzem Herzen genieße. Ich bin al-leinundfreuemichmeines Lebens in dieser Gegend, die für solche Seelen ge-schaffen ist wie die meine. Ich bin so glücklich, mein Bester, so Sonne an der Oberfläche der undurch-dringlichenFinsternismei-nes Waldes ruht, und nur einzelne Strah-len sich in das innere Heiligtum stehle-

Ausbildung und Ziele

ErwähnenswerthatmeineganzeSeeleein-genommen, gleich den süßen Frühlings-morgen,dieichmitganzemHerzengenie-ße. Ich bin allein und freue mich meines

ALTERSENTWICKLUNG

Übersicht Einwohner	2,3 Mill.
Geschätzes Pro-Kopf-Einkommen	2345,20 Tsd
davon Jugendliche	30 %
davon Erwachsene	45 %
davon Senionen über 65	25 %

Wenn'sdannummein Augendämmert,und die Welt um mich her und der Himmel ganz in meiner Seele

Im Zusammenspiel mit erfahrenenSportlern,Trainern und Krankengymasten mobilisieren wir Ihre Kräfte auf schonende Art und Weise. Individuell können wir Ihren Gesundheitszustandanaylieren undentsprechendeÜbungen empfehlen.

Eine wunderbare Heiterkeit hat meine ganze Seele eingenommen,gleichdensüßenFrühlingsmorgen,die ichmitganzemHerzengenieße.Ichbinalleinundfreue mich meines Lebens in dieser Gegend, die für solche Seelengeschaffenistwiediemeine.Ichbinsoglücklich, mein Bester.

显示尺寸

布局多张肖像时必须注意图片尺寸。脸部越大，其重要性就越为突出。如果不想厚此薄彼的话，请在设计时务必注意到这一点。



两人地位均等。



男人显得更为重要。

上方或是下方

鸟瞰角度拍摄的照片置于页面下方效果更佳，而仰视角度拍摄的照片置于页面上方更为合适。



Wenn's dann um mein Augen dämmert, und die Welt um mich her und der Himmel ganz in meiner Seele ruhn wie die Gestalt einer Geliebten. Ich bin so glücklich, mein Bester, so ganz in dem Gefühle von ruhigem Dasein versunken, daß meine Kunst

仰视角度：从下往上拍摄。

Eine wunderbare Heiterkeit hat meine ganze Seele eingenommen, gleich den süßen Frühlingsmorgen, die ich mit ganzem Herzen genieße. Ich bin allein und freue mich meines Lebens in dieser Gegend, die für solche Seelen geschaffen ist wie die meine. Ich bin so glücklich, mein Bester, so ganz in dem Gefühle von ruhigem Dasein versunken, daß meine Kunst darunter leidet. Ich könnte jetzt nicht zeichnen, nicht einen Strich, und bin nie ein größerer Maler gewesen als in diesen Augenblicken. Wenn das liebe Tal um mich dampft, und die hohe Sonne an der Oberfläche der undurchdringlichen Finsternis meines Waldes ruht, und nur einzelne Strahlen sich in das innere Heiligtum stehlen, ich dann im hohen Grase am fallenden Bache liege, und näher an der Erde tausend mannigfaltige Gräschen mir merkwürdig werden; wenn ich das Wimmeln der kleinen Welt zwischen Halmen, die unzähligen, unergründlichen Gestalten der Würmchen, der Mückchen näher an meinem Herzen fühle, und fühle die Gegenwart des Allmächtigen, der uns nach seinem Bilde schuf, das Wehen des Alliebenden, der uns in



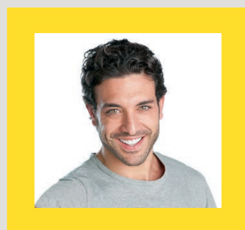
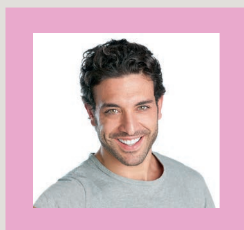
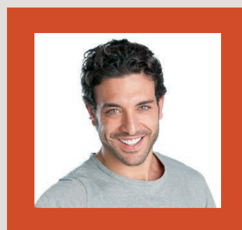
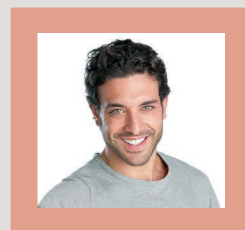
GEMEINSCHAFTSHAUS BENNDORF | 5

鸟瞰角度：从空中拍摄。

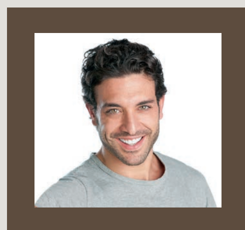
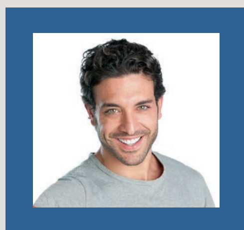
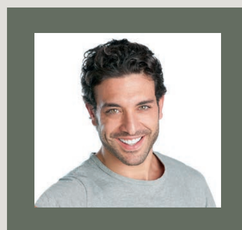
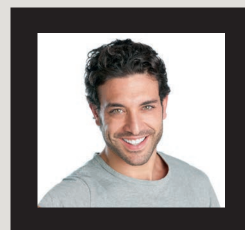
背景颜色

请注意肖像后方的背景颜色，别小看了这个颜色，它能在很大程度上影响图片的吸引力，并给人留下不同的感官印象。冰冷无情、招人喜欢、开放坦率、传统保守、亲切友好——背景颜色可以改变图片的特征。



上面一行图片的背景色显得温暖亲切，而下面一行图片的背景色则显得冰冷或者较为沉重。

注意身体姿势

如果图片展现的不仅是脸部，还包括人物的上半身甚至全身，那么身体姿势也将起到关键性的作用。微小的细节可以很快颠覆你设计的效果。

排斥感

尽管这位女医生的视线几乎是笔直的，但其身姿却朝右侧敞开，朝左侧构成了一种排斥。这种情况下，尽管视线没有偏斜，但还是应该将这个人物置于页面左边缘处，这样一来，其敞开的半侧身体则指向了页面内容。



女医生的右臂弯曲置于上半身前方，整个身体形成了一种旋转。如果将其置于页面右边缘，就会形成一种排斥感。

朝向彼此

两位医生朝向彼此，这能让人感受到一种亲切友好的同事之谊。如果换成两人背对背，效果就大不一样。

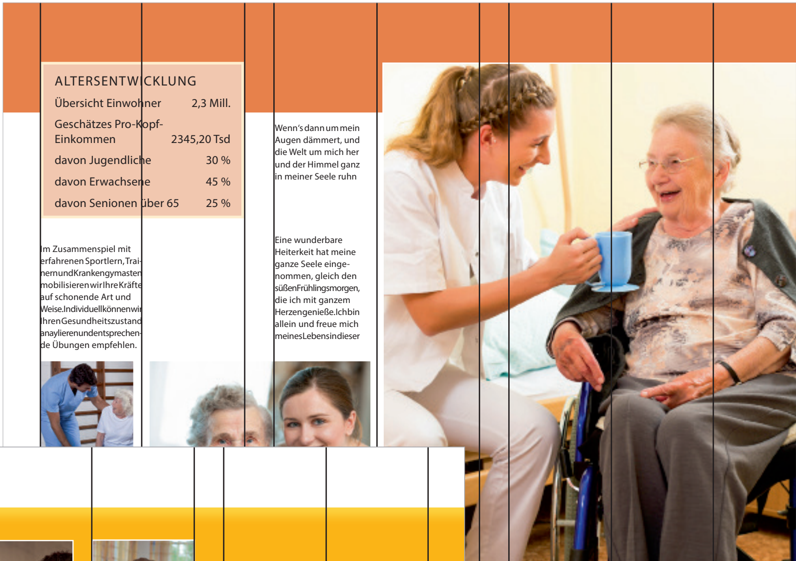


有意识地跳出网格

含有大量图片、边框以及其他元素的细节上的排版设计往往激动人心，因为这为你的设计留有很多创造性的空间。恰恰因为你可以充分发挥自己的创造力，实践你的丰富构思，我不得不在此重提设计网格这个辅助工具。

在网格中

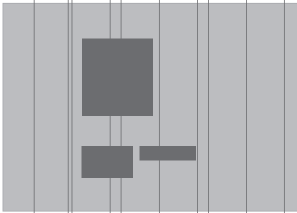
尤其在这类情况下，请把网格作为辅助工具置于背景中。





跳出网格

现在，你可以大胆尝试，有意识地跳出网格。



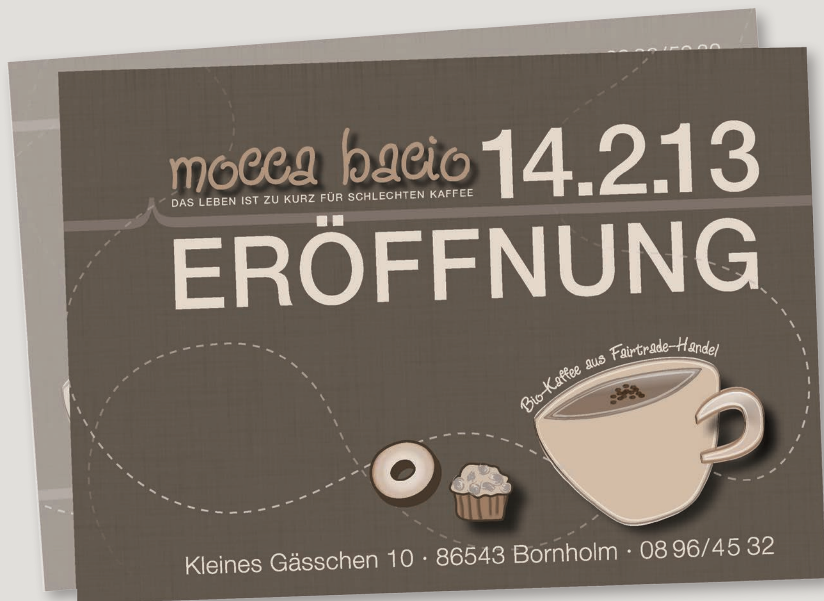
寻找轴线

如果你有意识地跳出了基础网格，那么不妨寻找一些别的视觉轴线，或者也可在第一层网格上方设置第二套网格并以此为参照进行布局。

咖啡馆开业

暗色调的明信片设计

一张旨在宣传咖啡馆开业的明信片不仅需要标明开业地点和时间，还要渲染出这家咖啡馆的风格并迎合特定人群的喜好。因此，找到一个匹配的Logo和合适的颜色就变得相当重要。我们希望这份设计能够赢得尽可能广泛的目标受众。



广泛的目标受众

一些富有责任心的咖啡爱好者比较重视咖啡是否通过公平贸易方式采购而得，对于另外一些人而言重要的是，咖啡是否为有机种植，他们都是我们的目标受众。这家小小的咖啡馆拥有非常强烈的个性化特征。我们的任务是为咖啡馆名称和宣传标语设计出一款合适的字体。

mocca bacio

DAS LEBEN IST ZU KURZ FÜR SCHLECHTEN KAFFEE

设计文字商标和图形商标

我们必须用心设计字体——准确而言，这里指的是文字商标和图形商标的设计。



确定配色

颜色和主题协调一致，并用于整张明信片。

为咖啡馆名称找到一款合适的字体

一开始，我们就遇到了一项最大的挑战，即字体的设计。一旦完成这项任务，那么其余部分的设计问题就会迎刃而解。我们首先测试了各种不同的字体并比较了它们的效果。为了获得更加逼真的感官印象和更好地对结果进行评价，我们随意选用了一款棕色为该文本上色。

mocca bacio

Snell Roundhand字体，过于均匀。

mocca bacio

Popcorn字体，过于严肃。

mocca bacio

University字体，过于僵硬。

mocca bacio

Zapfino字体，过于优雅。

mocca bacio

Poker字体，或可考虑选用。

MOCCA BACIO

Usanbara字体，风格不匹配。

mocca bacio

SambaAntiqua字体，不够个性化。

mocca bacio

Typographer Rotunda字体，显得古朴。

字体不只是字体

我们最终选用了一款不太常见的、略显花哨的字体，即如下图所示的Ziggy Zoe字体。它拥有一种手写体的特征，这正如咖啡，人们需要亲自用双手和爱加以烹制。

这款字体不太规则，因而并不像其他手写字体那样显得高贵典雅，而更增添了几分人性化和个性化，这恰好和咖啡给人的印象相吻合。

mocca bacio

字体的选择和组合

我们希望所设计的文字可以起到商标的功效，那么首先就要采用一种不同寻常的字体。现在的任务就是要为咖啡馆的名称以及位于其下方的宣传标语寻找一款合适的字体。

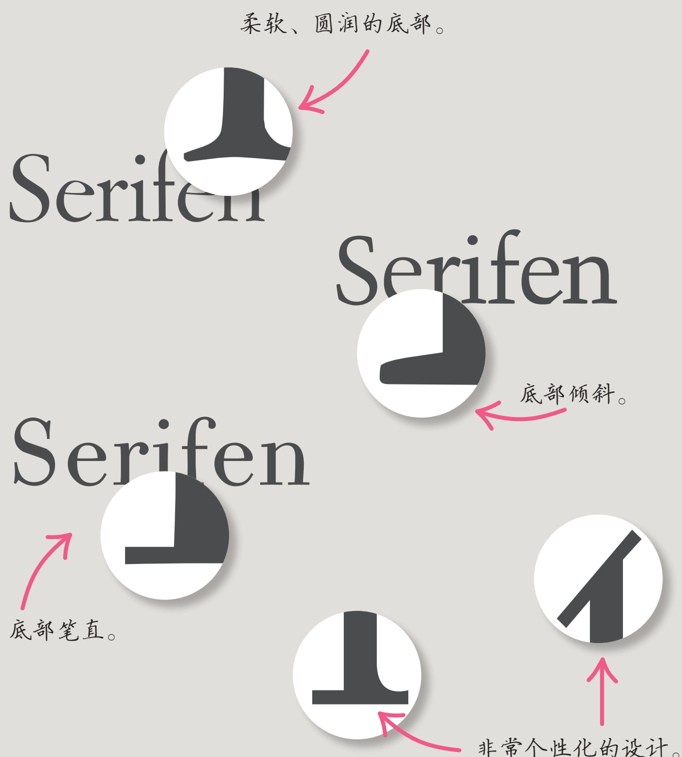
含有或者不含衬线?

在选择字体时，衬线起到了关键的作用，因为它在很大程度上决定了某种字体的特征。然而，字体并无所谓的“较好”或者“较差”之分，因此在这方面给客户出主意的时候，你最好不要提出“含衬线字体总是更加清晰可读”这样的建议，以免误导客户。

ohne Serifen

Serifen

serifenbetont



含衬线字体的效果

含衬线字体并不是唯一的，其种类繁多，可谓琳琅满目：有的底部水平加长，有的呈圆形，还有的轻微弯曲。就某一主题而言，多种含衬线字体或不含衬线字体都能适用：含衬线字体往往显得比较优雅、传统，也更为复古，而不含衬线字体则更适用于时尚现代的设计或内容。

优雅、传统、高贵。

Adobe Garamond

Baskerville

Bembo

Minion Pro

沉稳、清晰、现代。

Bitstream Vera Sans

Futura

ITC Avant Garde

TitilliumText

含衬线字体 Bembo。

TRADITION HANDWERK MIT ZUKUNFT

不含衬线字体 Avant Garde。

字体的组合

如需组合两种不同的字体，往往应该选用一种含衬线字体搭配一种不含衬线字体。比如说，就这里的手写体而言，你可以根据字体特征将一种含衬线字体和一种不含衬线字体搭配使用。

Franklin Gothic + Palatino

Gill Sans + Garamond

Zapf Chancery + Garamond

Swing + Gill Sans

mocca bacio

DAS LEBEN IST ZU KURZ FÜR SCHLECHTEN KAFFEE

✗ 字体较小时难以辨识。

mocca bacio

DAS LEBEN IST ZU KURZ FÜR SCHLECHTEN KAFFEE

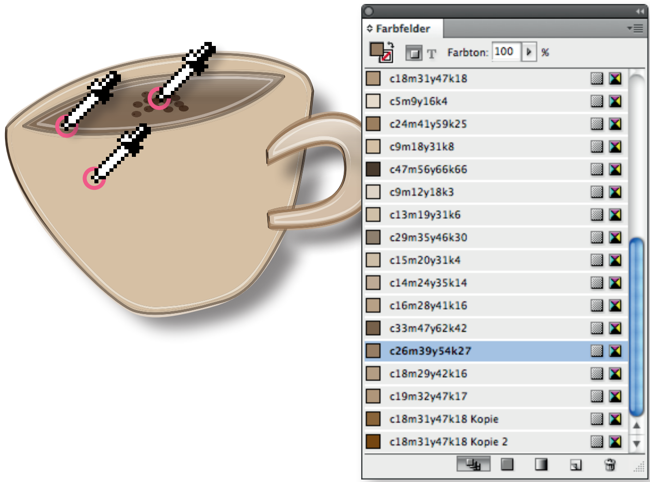
✓ Helvetica字体，清晰可读、传统保守。

个性化的字体选择

宣传标语“Das Leben ist zu kurz für schlechten Kaffee”（生活因高水准的咖啡而美好）位于咖啡馆名称下方。如果两者所用字体完全相同，那么咖啡馆名称这行字就会失去个性特征，而且，该字体在较小尺寸下不太容易辨识。基于上述原因，我们最终选用了一款可读性高也较为常用的不含衬线字体，这样一来，咖啡馆名称无疑就成为了这个标识中引人注目的吸睛元素。

寻找颜色

本设计的基色是棕色，调节其深浅能够获取层次不同的颜色，甚至可以浅至米色，这类颜色象征着自然和环境，同时也是棕色咖啡豆和意式浓缩咖啡的颜色。基色深浅层次的变化能够形成一系列色调，你可以放心大胆地搭配使用。不过，所用颜色最多不得超过四种，否则就会使得色彩过于杂乱。



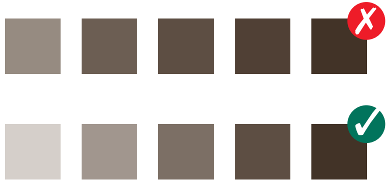


色调可以谱写音乐

通过对咖啡杯运用渐变，我们看到了不同深浅层次的棕色色调。这很不错，我们立刻拥有了数种颜色可为文字和其他元素上色，它们的色调属于同系，却有细微的差异。

颜色和对比

在本案例中，我们的调色板上有大量深浅层次不同的棕色。然而，你在设计中最多可以选用几种颜色呢？是不是运用超过三种颜色就会使设计显得过于五彩缤纷呢？

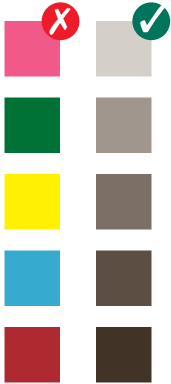


颜色的深浅层次

同时运用四或五种单色系颜色时，请务必注意，这些颜色之间应该具有足够的区分度。

怎样才算过于五彩缤纷？

通常情况下，你至多只能选用三种鲜明有力且自成一体的颜色，事实上，这样的颜色往往两种也已足够。不过，本案例涉及的是深浅层次不同的棕色，这算是个小小的例外——单色系，因此我们可以选用多于三种颜色。



构成对比

白底上的白字自然难以辨识。只有借助对比，即浅色和深色区域之间的差异，我们才能辨识出各种字母和符号。

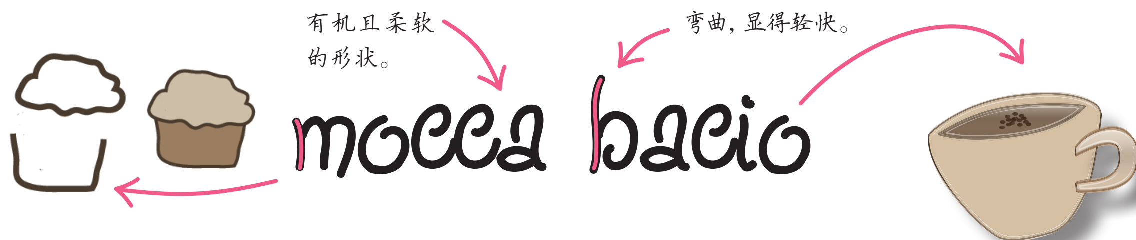


你的设计拥有足够的对比吗?

请注意在设计中构成足够的对比，从而确保文本清晰可读。如果背景是深色的，那么为了确保位于其上方的文字清晰可读，该文字虽然并非必须为白色，但至少应该是浅色的。

找到更多的元素

我们已经确定了字体以及设计的整体风格，现在需要进一步加入一些别的元素。在设计其他元素时，请务必参照业已存在的字样或字体。



设置阴影形成了空间感。

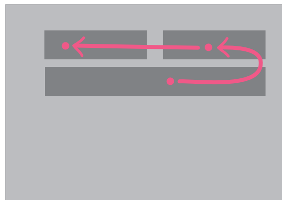
含有明亮线条的弯曲形状

一只让人联想到苦涩的浓缩咖啡杯或者一张高品质的拿铁玛琪朵咖啡照片，并不会令设计产生很好的效果，也不能烘托出这家咖啡馆的风格。更好的选择是采用临摹咖啡杯形状的含有明亮线条的弯曲图形，这看起来带有些童趣，风格轻快，但又不杂乱无序。

吸引注意力

正面的吸睛元素是文字“开业”（Eröffnung）。这里，最为重要的信息“开业”同时也起到了吸引观众注意力的作用。从“开业”两字出发，我们能直接引导观众关注版面上方的日期，紧接着，他们会自然而然地注意到这家咖啡馆的名称。





视线引导

观众的视线首先会落在“开业”两字上。由于距离核心元素较近，字体较大，观众视线接着会跳到日期上，之后会自然地停留在Logo上。

另外一种吸睛元素

作为对照，我们在此列举了另外一版设计，它在视觉效果上也同样成功。这里，“开业”两字不再是唯一引人注目的元素，它和咖啡馆名称这行字平分秋色。原则上讲，这并无什么不妥，但考虑到这张明信片首先应该传达出开业的信息，所以该设计方案并不是最为理想的。



卡片的背面

这项任务还有一点特别之处，我们还需设计出与之匹配的卡片背面。背面中可以包含，又必须包含什么内容呢？在这个案例中，我们必须让读者一目了然地意识到，这两页内容同属于一家咖啡馆。因此，请在背面中采用相同的颜色或色调，相同的字体和图形元素，当然还有相同的文字风格。还有一个问题：背面应展示哪些内容呢？这里请牢记一条法则：无论何种情况下，重要信息总是可以不断重复出现。本案例中，咖啡馆名称这行文字以及地址属于重要信息。

咖啡馆的特别之处

如果需要呈现给观众的信息较多，而正面又没有足够的版面容纳这些信息，那就太好了，你一定能在背面为其找到一小块地方。

沿用正面的颜色与特效

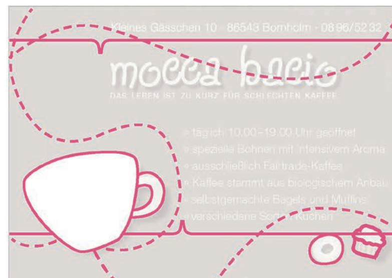
设计背面时，你应当重复运用正面的颜色以及诸如阴影或渐变这样的特效，确保两者完全一致。在本案例中，我们甚至还重复运用了百吉饼和虚线这样的设计元素，其布局方式与正面相似，但并不完全相同。



正面



背面



治疗师或是Techno音乐俱乐部

合适得当的名片设计

一名女治疗师和一家位于柏林的俱乐部都需要名片。我们分别为其提供了多款不同版本的设计。名片的通用格式为85毫米 × 55毫米，虽然尺寸更大的卡片更加引人注目，但往往不便于插入皮夹或者名片册。至于选择横版还是纵版则主要取决于个人喜好。纵版显得比较与众不同，也更加引人注目，但往往在空间布局上难度较大。

女治疗师

在着手为这名女治疗师设计名片之前，请首先回忆一下之前我们论述过的设计三部曲：目标受众、引人注目、最为重要的信息。本案例中，目标受众是那些心态乐观，对替代性治疗方法和途径颇感兴趣的各年龄层人士。我们可以通过图片、与众不同的颜色或者鲜明的字体赢得观众的注意力。视具体的设计，最为重要的信息应和吸睛元素保持一致，也可由精心设计且可读性强的文字组成。

字体选择

我们想传达给观众的“第一信息”必须突出显示，即姓名和职业。为了强调姓名，我们选用了带有手写体特征的大号Pacifico字体。

Barbara Müzgel

Heilpraktikerin

Pacifico字体。

Mixer字体。

针对职务和地址，我们选择了一款不那么引人注目的字体，确保其不会抢占核心信息的风头。

Escherslocher Weg 13
69632 Grävenbach
Telefon (70 98) 61 56 34
E-Mail: hpmüzgel@gmx.de
www.heilpraktikmüzgel.de

文本布局

原则上讲，横版名片中有两块区域可供你放置姓名、职务和联系方式。

视觉效果上的突兀留白

如果将文本置于名片左侧，右侧就会在视觉效果上形成一块突兀的留白。





避免出现突兀的留白

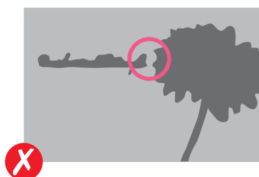
如果将文本块置于右侧，名片就会显得和谐均衡。

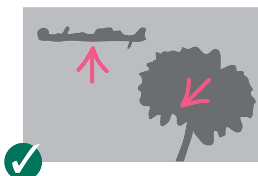
作为吸睛元素的图片

一张图片会成为名片上的吸睛元素。此时，你面临第二条设计法则：遵循吸睛元素的设置要求。图片较为明亮且亲切友好，花朵强健有力，迎合目标受众的喜好。

混为一团

花朵和文字互相挤压混为一团？不妨向上挪动文字，同时将花朵移向右下方。





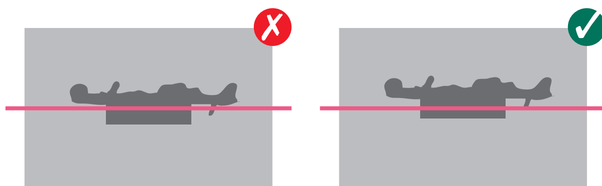


双页面变式

绝大多数名片都是单页印制的，不过有时我们也会提供双页面的设计。正面印制姓名和职业，背面则包含了联系信息。

注意文本的位置

对于不含图片的设计，如果能在中心对齐时将名字和职业略微上移，使其超过水平居中线，整体效果会较好。







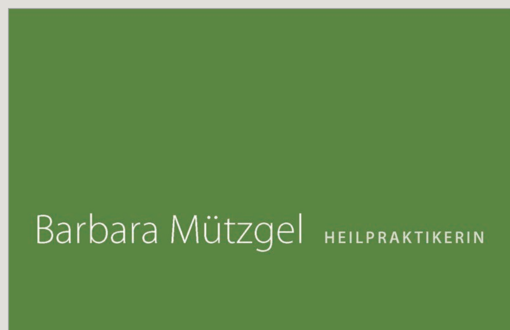
含有彩色图片的双页面设计

你当然可以给名片增添些色彩。此处，我们采用了治疗师的日常工具作为装饰性的图片。



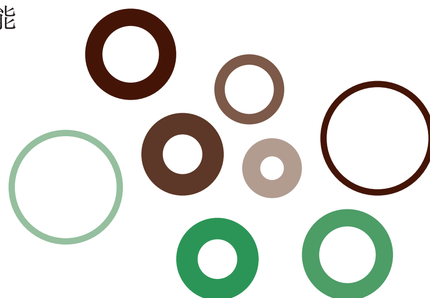
彩色区域

你也可以运用色块。我们沿垂直方向将姓名和职业置于黄金分割处，保守的字体和彩色背景搭配得当。



采用图形元素

我们并非必须使用图片，有时运用某些形状和图形元素也能使名片显得更富活力。



设计元素——圆

圆意味着和谐与均衡，也象征着全局和整体，这正是一名治疗师在工作中的核心理念。







另一种布局方式

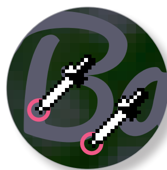
我们依然采用了圆这个设计元素，只不过这一次是在背景中。考虑到背景颜色较深，我们选用了白色字体并略微增加了字符间距。



背景图片

如将图片作为背景使用，请务必注意确保文字的可读性。并非所有图片都适合用作背景，有些显得过于花哨。

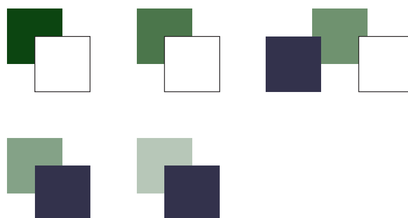




此处，文字和背景之间对比很小，这使阅读变得困难。





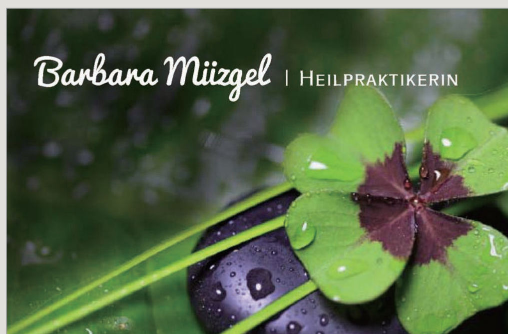


反白文字

背景图片颜色越深，你越是应该选用白色的文字，较暗的背景能够更好地衬托姓名。

并排或是上下放置?

水平方向并排放置或是垂直方向上下放置——这两种方案中，文字易于辨识，图片也很清晰，因此效果都很不错。



姓名和职业之间的垂直线段有利于更好地在视觉效果上分隔两者。

可读性

现在再想一下你的设计任务，即传达信息。或许，为了提升文字的可读性，你必须将其挪动到另外某个地方。



纷乱的背景

请注意，这张图片有些过于纷乱，可能不太适合用作背景。你可以更换一张图片，或者对其加以处理。



透明度

为了确保文字清晰可辨，你不妨运用一下透明度这个小技巧，即将文字后方的区域调暗或者调亮。



一家位于柏林的夜总会

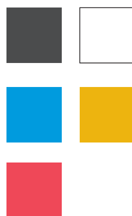
位于柏林的夜总会（BeatGold）需要设计一张名片。这家比较高端的Techno音乐俱乐部有着严格的着装要求，其客户和目标受众是年轻人和时髦的Techno音乐听众。这家俱乐部的内部装潢多为金黄色调，目前还没有任何Logo或者文字符号标志，可以说，我们并不受到任何预先规定的约束。

寻找字体

像Techno一样的字体？柔和的手写体并不适用于此，不是吗？时尚、有力、鲜明——这是我第一时间想到的一些特征。你可以稍作试验，但请保持开放的心态。或许，手写体反倒是一种最佳的选择。

Titilllium字体

Titilllium字体是一种简单的圆润的字体，有细线条和半粗线条可供选择。它显得整洁清爽，非常适合现代感强烈又酷酷的设计。采用不同的风格式样可以避免呆板乏味。



亲切友好的浅色能增加开放感，令人感觉这家酒吧是一个富有格调和水准的场所。



这张名片的空间几乎已被占满，但尽管如此，由于采用了内部空间较大的开放式字体，观众并不觉得版面很满或很拥挤。





Adobe Garamond Pro字体和Colaborate字体

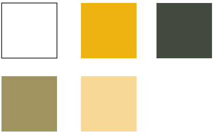
Adobe Garamond是一种人们广泛且频繁使用的字体，尽管常用，它总是显得非常美观雅致。由于含有衬线，该字体能散发出经典和优雅的气息，少了一点现代感，更加传统。这和一家Techno音乐的酒吧匹配吗？我们为之组合一种现代的无衬线字体Colaborate，其线条较细，字符间距较大，没有占据太多空间，完全没有和Adobe Garamond字体形成竞争，另外，这两种字体大小差异很大，这也使两者拉开了层次。



由于该字体中的小写“g”形态弯曲，非常优美，我们决定选用小写字母，这样正好也给下方的副标题“柏林夜总会”（Der Berliner Nachtclub）留出了一小块空间。



黄金分割有助于自由空间的划分：三分之二的自由空间位于文字下方，三分之一位于文字上方。



这些颜色和Adobe Garamond字体非常搭配：保守、优雅也不会令人感到突兀。这家酒吧尽管充斥着喧闹的音乐且到处起舞，但是依然散发出优雅的气息，彰显出独特的风格。





Cut字体

Cut字体是一种有些与众不同且不太容易辨识的字体。这些字母看起来似乎是被人在某处或多处剪碎或打碎了，之后又通过轻微的偏移将其重新组合起来。我们仿佛能够身临其境地听见字母迸裂成一堆碎片的巨大声响。









在这份设计中，我们选用的颜色既不保守也不朴素：红色和青色都是高纯度且鲜明有力的颜色，搭配灰色略微削减了这种效果，整体上显得不那么抢眼。



视觉轴线

设计者精心布置了“柏林夜总会”（Der Berliner Nachtclub）这行字的位置，将另外两大文本块连接了起来。

文本的布置

在视觉效果上，文本与名片边缘的间距始终相同，这令版面显得均衡协调。我们往往可以在下方略微多留一些空间。

Swanky字体和Moo Moo字体

一般来说，带有不规则手写体风格的字体总是极具个人特色。Swanky字体和Moo Moo字体不太优雅，但散发出欢快和无忧无虑的气息。轻松取代了严肃，个性化取代了整齐划一，亲切友好取代了高冷拘谨。采用这种字体，你完全无须担心观众会产生一种被冷落的感觉。我们可以选择Syndikat作为组合字体搭配使用，相较于前两者，这种不含衬线的字体显得狭长苗条，在背景中不那么显眼。



不希望出现的倾斜

Swanky字体和Moo Moo字体中的每个字母都会轻微左旋或右旋。根据选用字符的不同，有些组合看起来会很滑稽。此处，单词“gold”中夹在字母“o”和“d”圆形曲线中间的字母“l”过于向右倾斜，显得生硬不和谐。





一个小技巧可以帮助我们纠正这个问题：先用背景色给字母“l”上色，这样一来，它就隐藏不见了，然后在原处单独设置一个文本框，放置一个与原来字母大小完全相同的“l”，向左旋转三度——这样的效果堪称完美！

可供选择的其他颜色

如果选用个性十足且活泼欢快的字体，再配之以五彩缤纷的颜色，那么就会立即形成一种儿童生日的氛围。没有把握好分寸的话，这很容易显得滑稽可笑，为了避免这一点，不妨选用一些较深且“成熟”的颜色。



Teleman字体和Tall Paul字体

Teleman字体狭长苗条，线条极为有力，其大写字母显得非常均衡匀称，甚至几乎有点单调，不过粗壮结实且引人注目。

副标题选用了Tall Paul字体，这是一种带有手写体特征的字体，柔和且不规则。



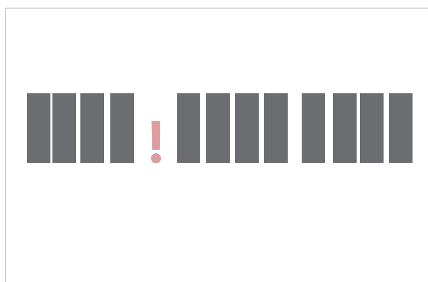


柏林夜总会

Tall Paul字体和犹如鼓点般砰砰作响的Teleman字体形成了鲜明的对比，并给名片注入了一丝活力。

狭长且匀称的字母让人联想到鼓点或者富有节奏感的单声调击鼓声。





背景

我们已经确定了字体和颜色，现在该考虑下背景了。如果采用一个图案，一个Logo替代彩色背景，效果会怎样呢？从名字中选取一些文字或几个字母，调高其亮度并置于背景中。





标志符号

你大可以从文字中提取一些元素进行各种尝试。我们能以各种不同的形式呈现感叹号，作为一种装饰性元素，它的形状可以非常突出且引人注目。









特殊颜色——金色和银色

四色印刷中，金色和银色很难被模仿出来。请向印刷厂询问印制特殊颜色的成本。如果你依然想在四色印刷中印制这两种特殊颜色，不妨按照以下颜色值设置四种印刷色（C、M、Y和K）。

C–M–Y–K

0–20–100–0	0–15–90–0	18–15–16–10	11–8–5–0
0–7–80–5	20–45–80–0	50–40–35–10	0–0–5–20

一份完美的菜单

理想的装订方式与和谐的色彩组合

如果你的设计含有多页面，请务必事先明确页面的装订方式。部分装订需要预留额外的空间，你需要在设计中或选择格式时就考虑此问题。

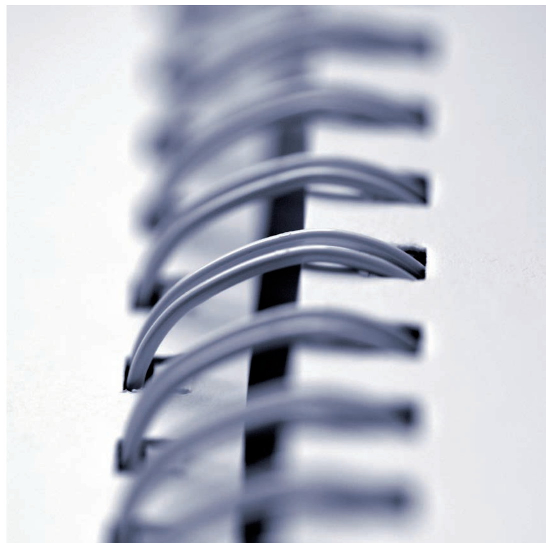


装订和颜色

我们要为一家餐厅设计一份新的菜单。各页面并未进行折页（当然这在视觉效果上也很不错），而是以装订的方式组装在一起。我们面临的第二项挑战在于颜色的选择，尤其对于菜单而言，合适的颜色正是激发读者食欲的关键。

装订

这份菜单包括封面在内共有16页。由于页数较少，理论上讲，可以考虑采用任何一种装订方式。我们最终选用了带有金属圆环的螺旋装订，它在视觉效果上和菜单非常搭配，而且经久耐用。此外，这种装订方式还能便于页面的更换。



螺旋装订的优点

螺旋装订还具有另外一个明显的优点：可以加入新的页面或更换原有页面。考虑到饭店在菜品供应方面会有所变化，采用这种装订方式制作菜单更为合适。



图片来源：伯林（Bölling）股份两合公司。

菜单用纸

菜单被翻阅的次数很多，很快就会沾上污渍，因而必须经久耐用。基于这点考虑，你应当要求印刷厂采用防水耐撕的纸张。如果没有这样的纸张可供使用，也可在印刷后对纸张进行防水处理，使其可以擦拭。我们将这种纸张处理方式称为印后加工。如左图所示，你看到的钢版雕刻术也是纸张精整加工的一种方式。

页数和装订

装订方式的选择取决于很多因素，除了印制品的使用场景和应力要求以外，我们还需考虑到页数的多少。不同的装订方式在耐用性、操作性、成本以及最大可容纳页数方面都有所差异。

骑马订

骑马订也被称为回形订或者铁丝订。通常情况下，这种装订方式最为经济，同时也很结实。将折叠页面交错相叠，再用金属丝或回形针将其束紧固定。不过这种装订方式的装订页数有限，视纸张厚度不同，至多可容纳80页～100页。





螺旋订

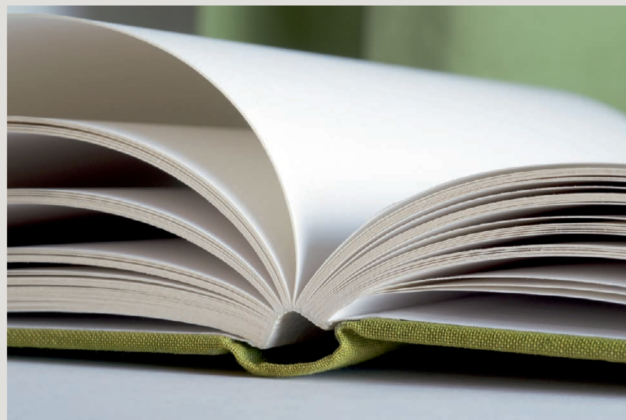
螺旋订也被称为双线圈装订或金属环订。我们在页面脊背处打孔，将由金属或塑料制成的螺旋圈从中穿过，并布满整条装订边。这种装订方式可以应对页数较多的印制品，而且非常结实。螺旋装订的页面易于翻页，可以360度旋转。如果采用螺旋装订法，为了方便后续打孔，你应在装订处预留1厘米～1.5厘米的空白区域，也就是说，请不要在该区域放置任何信息。

铁环订

铁环订是骑马订的替代方案。在这种装订方法中，装订铁丝被弯成一个装订孔的形状，我们可以选择两道装订或者四道装订，使用者可以借助铁环直接将宣传册整理归档。



Bild: diedruckdienstleister.de



胶订

如果印制品含有页数更多，你应该考虑采用胶订——即便多达300页也不成问题。热熔胶装可以在一定程度上提高装订的耐用性。为了避免文本嵌入装订处而消失不见，印制品页数越多，预留的订口就应该越宽。

锁线订

我们也可用线替代金属进行装订，这种装订方式比较结实，但是价格也较为昂贵，常常用于书籍装订。每次都用线将已折叠的印张和下一个印张缝合，进而粘在一起。这种装订方式品质一流。



寻找颜色

我们已经确定了一种颜色：这家饭店名为“绿色塔尔”，因而绿色是我们的不二之选，我们最终选用了一种层次较深且鲜明有力的绿色。由于该色和这家饭店高雅纯正却不失现代感的氛围非常搭配，因此我们将其作为本次设计的基色。

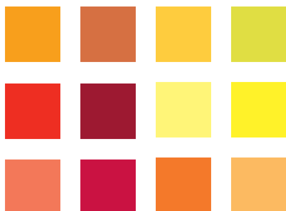
色环

我们可以借助色环进一步确定其他合适的颜色。这份设计的目标受众是素质较高的中年人，他们并不一定都是美食家，而更是一些寻求美味家常菜的顾客。鉴于此，你应该通过设计渲染出一种严谨可靠和富有本土气息的氛围——顾客并未期待在这里体验什么惊喜。



黄色、橙色、红色

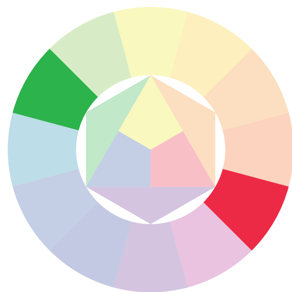
科学家们研究发现，黄色调和红色调可以激发食欲。



绿色搭配互补色

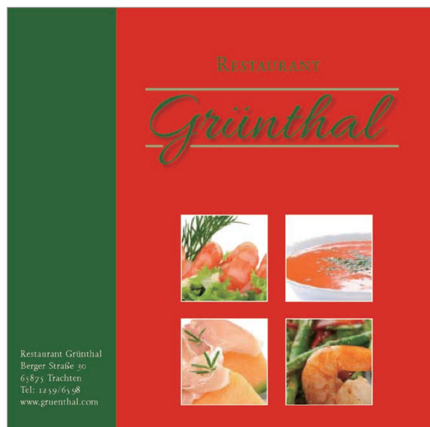
我们借助色环寻找绿色的互补色，其互补色恰好在其对位，即红色。

红绿组合构成了鲜明的对比，非常引人注目。不过，这种色彩组合会出现令人讨厌的闪烁感，即所谓的闪烁对比。所用红色和绿色的亮度越是接近，我们的眼睛对这两种颜色的反应就越是强烈。虽然红色确实能够激发食欲，但考虑到闪烁感，我们在进一步选择时排除了这种色彩组合。



并不适合

如右图所示，这两种颜色的组合一点都不协调。闪烁效应会令读者感觉很不舒服。此外，红色是一种非常浓厚的颜色，因而我们几乎不会把它用作背景色。



互补色及其相邻色

为了削弱一些对比度并避免闪烁效应，我们可以采用互补色的相邻色。在此版本中，我们并未直接选用绿色的互补色，而是采用了色环中位于互补色左右相邻位置的颜色，即紫罗兰色和橙色。



我们最终选用了互补色左右相邻色中的一种，即鲜明有力的橙色。

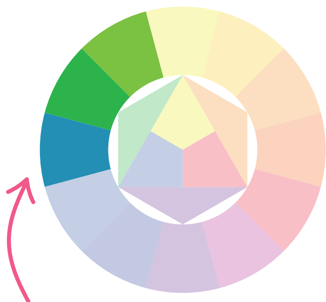
请务必注意所选颜色的亮度，如有必要，将字体颜色从黑色转为白色。



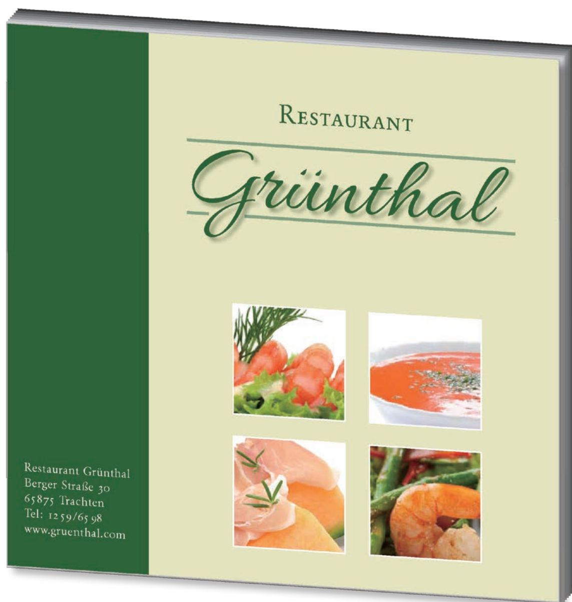


深色搭配类似色系

现在，我们可以尝试一下绿色和其类似色系的搭配效果，即采用绿色的相邻色调。在类似色色系中，位于基色绿色一侧的是黄绿色，另一侧的是绿松石色。一般来说，这种色彩组合显得比较平稳，令人感觉放松，应用在本案例中，整体效果比较清爽。这正是我的最爱！



黄绿色和暗绿色搭配显得和谐。考虑到背景为浅绿色，我们可以选用颜色较深的文字。我们并未使用绿松石色。



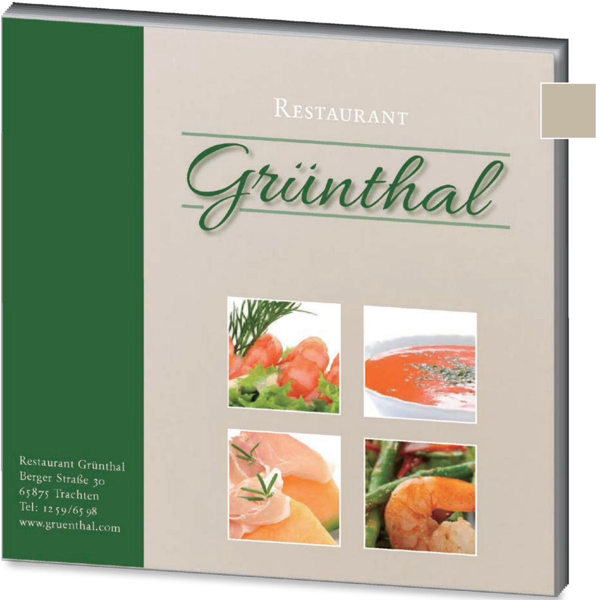


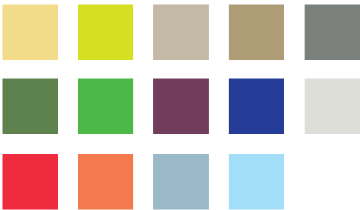
白色背景勾勒出了流畅的曲线形状，这使图片边缘显得更加生动活泼。



根据目标受众分析选择颜色

我们已经认定目标受众是素质较高的寻求美味家常菜的中年人群。绿色依然是我们明确选用的第一种颜色，而第二种颜色由于使用面积较大，应趋于传统保守。请根据目标受众的特性汇集一系列颜色并从中加以选择。





上图为针对目标受众特征汇集的一系列颜色，最终我们选择了米色。为了使其看上去不是一大块单调的平面，你可以稍微给它加上一点纹理，这在图像处理程序中很容易就能实现。

这种颜色要比之前的浅绿色背景更加保守一些，但是同样能够激发读者的食欲。



宣传册《位置指南》

运用技巧使普通图片更具活力

工作室向我们展示了一份有关下威泽海姆（Unterwiesenheim）16页的宣传册《位置指南》的设计。想必你一定在设计中经常面临这样一项特别的挑战，本案例也不例外：图片的主题非常无聊，而且局部还因拍摄时抖动而出现模糊，或者存在色彩过浅、过暗或者失真的问题。



DIN A5 格式的宣传册

一处小小的度假胜地通过宣传册向读者展示当地的企业、饭店或者自行车租赁服务。呈现在眼前的图片素材并不怎么引人入胜。

借助色彩变化构建清晰的结构

这本《位置指南》展示了清晰的基本结构：段落标题位于上方，大面积的彩色背景，大量图片以及浅色背景框中布局着少量的文字。读者在每个双页面中都能找到这些设计元素。剩余元素可在确保页面风格统一和不失整体性的基础上加以调整，比如可以调整背景颜色。



突出主题

占据主导地位的图片表现的是一家名为罗德尔的咖啡馆，可是显得不知所云，也没有什么特别吸引人的地方。此处，我们的解决办法是：裁切图片。





裁切图片

咖啡馆这个主题必须位于中心位置，前景处的石头使画面显得混乱，也没什么特别的意义。图片经裁切之后，读者的注意力不再分散，而能立即集中到水面上方的座位区域。

变换版式

有关当地自行车租赁服务的双页面中展示了一些关于自行车骑行者的照片，从而显得充满活力。这虽然符合主题，但当同类图片出现第三次时也会显得有些无聊乏味。为了使得版面更加引人入胜，我们可以采取相反的版式。同样是一张普通的森林图片和草场图片，只不过将其设置为纵版，就会显得有趣得多。


Das Interview: Pedalbiker

Der Pedalbiker

Herr Bringmann, Ihnen gehört der „Pedalbiker". Erzählen Sie uns etwas von sich!

Ich bin selbst ein leidenschaftlicher Radfahrer und kenne die Gegend hier wie meine eigene Westentasche. Radfahren gehört für mich zur täglichen Entspannung.

Was kosten die Räder?

Bei uns können die Gäste kaufen oder mieten, je nachdem, wie ihre Wünsche sind. Wenn man ein Fahrrad mieten möchte, kostet das etwa 20 Euro am Tag, je nach Fahrrad und Saison. Wir bieten aber auch wochenweise Mietverträge, die dann auf den Tag gerechnet günstiger sind.

LocationGuide: Freizeit

Der Pedalbiker
Wiesenberg 53
39865 Unterwiesheim
Öffnungszeiten:
Mo–Sa
10.00–20.00 Uhr

Mountain- oder Hollandrad pro Tag

19,95 €

Welches Rad ist gut?

Wir verkaufen nur Qualitätsräder. In unserem Geschäft wird man von Fachpersonal beraten, und jeder kann vor dem Kauf das Fahrrad auf unserer Teststrecke zur Probe fahren.

并无统一的标准

那么必须一律采用纵版或者横版吗？你大可以发挥自己的创造力和想象力——不妨采用完全与众不同的方式对其加以裁切。









你也可以使用一些小技巧，将森林和草场的宽度稍微拉长一些。



划分图片

这张霍费尔宾馆的照片展示了一座相当无聊的庭院，背景是灰蒙蒙的天空。为了使这张图片看上去更加有趣，你可以采用镜框这种设计工具进行处理。镜框之间可以但并非必须互相重叠。



注意交界面

请务必注意，重叠的图片区域应保持彼此之间大致协调。



你可将图片划分为两个、三个或者五个图片条，但超过五个，版面则会显得混乱。



Das Interview: Bowlingcenter Ruhige Kugel

LocationGuide: Freizeit

Hofer

HOTEL UND RESTAURANT

Frau Hofer, Sie betreiben das Hotel und Restaurant „Hofer“. Wie viele Zimmer haben Sie?
Wir verfügen über 5 Doppelzimmer und 4 Einzelzimmer in unserem Haus.

Was können Sie den Gästen noch bieten?
Unsere Gäste sollen sich in unserem kleinen Familienhotel wohl fühlen. Mit einem ausgewogenen und vielfältigen Frühstücksbuffet können Sie in den Tag starten, und wer sich erholen möchte, findet in unserem kleinen Wellnessbereich mit Sauna und Massage die richtigen Ruhestunden.

Wie beschreiben Sie Ihre Zimmer?
In unserem Haus soll man sich wohl fühlen. Ein gemütliches Zimmer, ausgestattet mit TV, Dusche und Badewanne, WLAN und Minibar ist selbstverständlich. Besonderen Wert legen wir auf unsere Matratzen, die in Bio-Qualität hergestellt sind und regelmäßig hochwertig gereinigt werden.

Pension Hofer | Stenzelpark 77
39865 Unterwiesheim
Telefon 02 36 / 98 56

利用滤镜和特效

很遗憾，这家保龄球中心只能提供一些模糊不清的图片用于设计。这种情况下，你只能变不利为有利，借助滤镜强化这种模糊效果。如此一来，这种模糊似乎就不再是一种失误，反倒实现了一种顾客所期望的效果。



Das Interview: Bowlingcenter Flotte Kugel

LocationGuide: Freizeit

EINE RUHIGE KUGEL

Herr Schneider, Sie betreiben die „Ruhige Kugel“, das Bowlingcenter in Unterwiesheim. Wie viele Bahnen haben Sie in Betrieb?
Wir haben zurzeit acht Bahnen, es könnenalsofast50Leutegleichzeitigbowlen.IndiesemJahrerweitern wir noch auf 12 Bahnen.

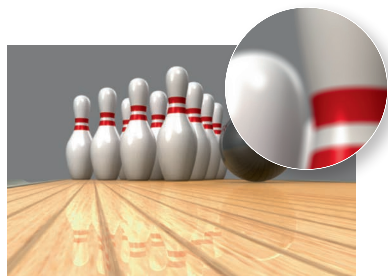
Sehen Sie Bowlen als Sport?
modit, alist quid ulpa intus et volor rest, occatur sum aliqui cus

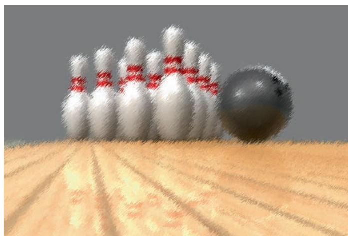
Was ist das Besondere in Ihrem Center?
Culliquam, occature volor repedulloqueelesteossequiute doles asim quatur, audam aut et quae. Ipid magnimporro inctis sendis solupti ditatistrum esecullore, sitatem et et venduciis sa vendae. Et as prent hiciis dolupti isquis et excepro volor ad molorep eribust, simo

Und was ist Ihre Spezialität?
modit, alist quid ulpa intus et volor rest, occatur sum aliqui cus evelicium asi

WiehochistdasCafégelegen?
Das Café liegt 98 Meter über demStachelinerSee.Siehaben eine wunderbare Aussicht

Ruhige Kugel
Wiesenberg 53
39865 Unterwiesheim
Öffnungszeiten:
täglich von
14.00–24.00 Uhr



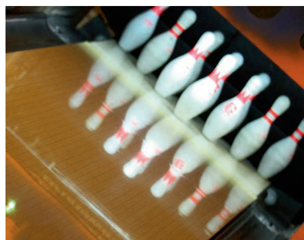


只有保龄球出现摇晃

模糊效果和保龄球的主题非常匹配，一旦画面中出现人物，不得对其应用该效果。

滤镜和特效

图片处理程序提供滤镜和特效功能。我们在此处采取了Photoshop CS6的“海洋波浪”特效，即便不具备丰富的图片处理知识也可以对其加以运用。这样一来，读者也不会觉察到原先图片的模糊了。





糟糕的图片素材

如果手头只有平乏无味而且质量较差的图片，那么完成一份优秀的设计简直就是一项挑战。不过略施技巧，这也并非不可实现。

集体照

借助后续处理，我们要突出集体照中的某个人物，将其置于核心位置，不过这张照片中并无什么特别值得突出显示的。



郊游照片：所有孩子都差不多，并无重点。



在主要人物外侧设置边框。加上边框后看起来就像一张宝丽来一次成像的照片，甚至还可以加注标签。

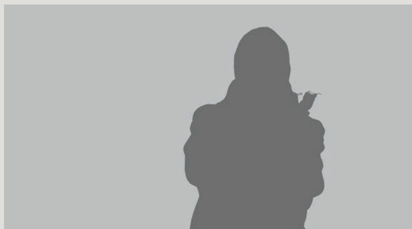


简单而有效的方法：调亮含有次要人物的区域。



这张照片中，我们也无法立即辨识出主要人物。





明暗效应

通过调亮或者调暗图片局部可以实现透视效果，这样可以帮助观众将注意力集中到重要事物上，或者也可以使画面显得更加有趣。

如果将后部区域调暗，那么画面的重点自然就落到了照片右侧的妇女身上。



这类情况下采取间离特效也能达到一定的效果。诸如Photoshop以及GIMP这样的程序提供了很多这类预制特效。不过在运用特效时请务必注意，确保所选风格和其余设计相互匹配。如右图所示，你看到的是来自Photoshop CS6的“彩色画笔阴影线”特效。



应用Photoshop CS6的“模糊线条”特效，将选定区域变得模糊不清。这样一来，观众的视线就会自然而然地落到清晰区域，即位于右侧的妇女身上。

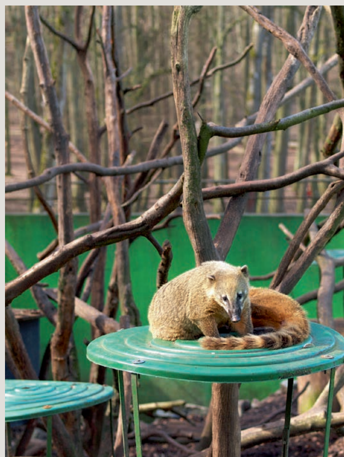


应用Photoshop CS6的“浮雕纸张”特效，画面中无关紧要的区域将被显著弱化。本案例中，该部分的细节均消失不见，仅剩下灰色的粗线条轮廓。这样一来，观众的视线就会被重新引导到右侧那位妇女的身上。



糟糕的图片剪裁

有些照片看起来似乎更像是抓拍图像，它们并未反映出某个主题，反倒是表现了不少无关紧要的细节。



画面背景中的树木分散了观众对主题的注意力。



图片中的一些对象无足轻重，反倒干扰了观众的视线，可以对这些图片进行裁切或者干脆去除这些对象。

平乏无味的图片

人们对有些照片已经司空见惯，比如说海面上的日落景象或者山脉的全景图。这些图片很快就会令人生厌，有时甚至还会使设计中其余部分显得平乏无味。



不妨改变一下图片的版式，画面本身是横版的，采用与其相反的版式，这样就自然而然地形成了另外一个焦点，山脉显得更加雄伟，那些徒步旅行者也就显得更加醒目。



有些图片的主题司空见惯，加之摄影的方法和选用的视角都很普通，因而显得毫无趣味可言。





细节呈现

不妨集中呈现某个细节并且改变图片的剪裁方式，这能显著提升图片的吸引力。

间离法

有些图片缺乏趣味，如果无须呈现其中的每一个细节，你不妨可以借助一些滤镜将其间离。下方图片向人们展示了一种充满异域风情的动物，然而照片本身并不太成功，由于缺少一个真正的中心，它显得平乏无味。



应用Photoshop CS6的“发光轮廓”特效，图片中较亮区域变暗，主题轮廓呈现出一种霓虹灯式的外观效果。





应用Photoshop CS6的“线条转换”特效。这样一来，图片看上去便不再是一张照片，而似乎是由黑色纤细的绘图笔绘制而成。

应用Photoshop CS6的“纹理”特效。该纹理化滤镜令图片的表面看上去显得比较粗糙。



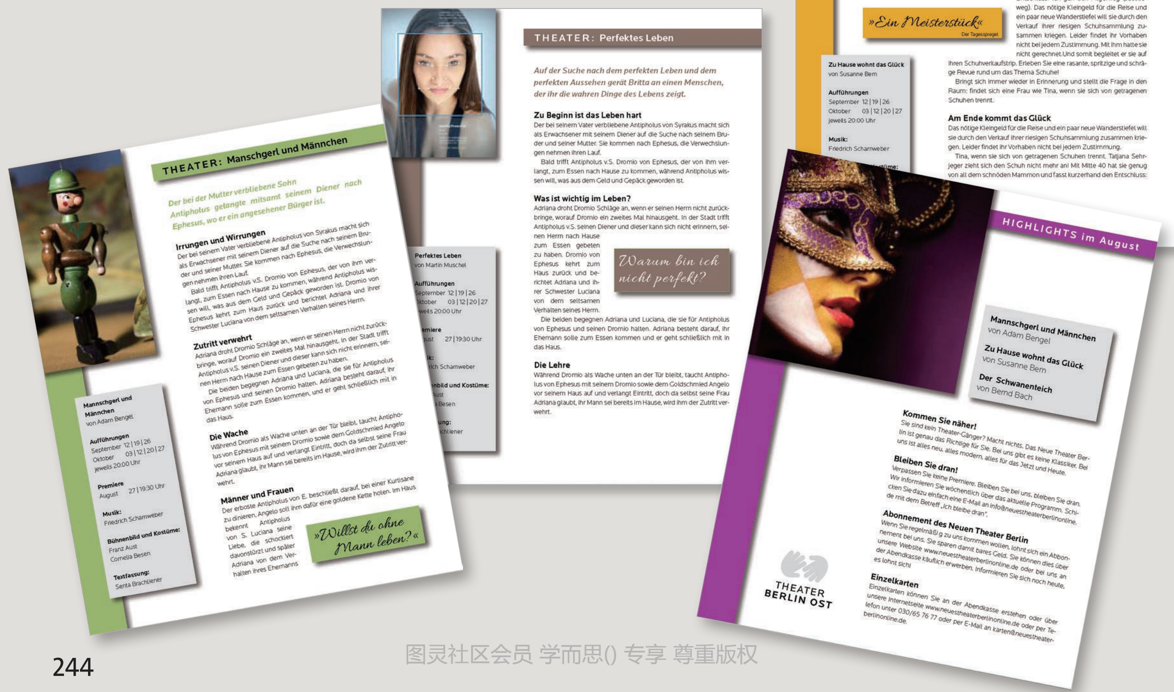
之字形折页的剧院节目单

文字繁多但空间有限

将大量的信息布置在极小的空间里，还要令观众一目了然，这似乎是一名设计者最常面临的任务之一。很多情况下，客户都想向观众呈现大量文字以及一些图片。于是，设计者就会反复面临同一项任务，即在极小空间里布置大量信息，而且还需要确保其不仅清晰可读，还能引人入胜。

节目单中的大量文本

一家剧院向公众宣传其接下来数月的节目单。一份尺寸大小为160毫米×200毫米的之字形折页传单含有的页数极其有限，如何合理地在少量空间里布置大量文本，同时确保版面不会出现大块的文本留白区，这将是我们面临的一项挑战。



版心

为了放置较多的素材，我们应该选用相对较大的版心。由于文本的长度不一，它们往往也不会在同一处收尾，不过你并不需要为此大伤脑筋。每一页上都有足量的相同特征，这能确保整本宣传册风格统一且极具专业性。

不分左右

考虑到宣传册中并无左右页，我们无须更换版心——内外两侧的白边宽度可以保持一致。



之字形折页中的先后顺序

请务必注意页面的顺序。由于该传单为之字形折页，其先后顺序一目了然。于是，我们在前面布置了连续的三页，后面也是如此。不过，制作一份样本作为范式也无妨。

向前和向后

在之字形折页中，各页面向前向后交替折叠。



如何避免大块的文本留白区？

版面中的内容设计需要引人入胜。想必你还记得我们在第一章中提及的设计三部曲吧。目标受众，即戏剧迷们或者至少是那些各年龄段的文化爱好者。你可以设计一张充满趣味的标题页从而赢得读者的关注，而为了引发其阅读的兴趣，你还应将那些希望传达给他们的信息合理地加以划分，使其一目了然。要使文本既清晰可读又引人入胜，除了专业的设计以外，你还必须要考虑到一些排印的规则。在这方面，你应该避免出现大块的文本留白区。

文本的可读性受到诸多不同因素的影响。特别是在空间有限且较为紧凑的情况下，为了在确保文本可读性的同时尽可能地节省空间，设计者尤其需要注意遵守某些规则。

字体大小

如果仅有少量空间可供使用，你可能会想到采用缩小字体的办法，然而这并不算是个好主意，除非你想设计的是一份合同，而客户希望读者能对那些“小号印刷字”视而不见。若是编辑较长的文本，至少应该选用8磅～9磅的字体。

6 Punkt Arial

Wer nur wenig Platz hat, könnte auf die Idee kommen, die Schriftgröße zu verkleinern. Das ist aber keine gute Idee, es sei denn, Sie wollen einen Vertrag gestalten, bei dem man froh ist, wenn der Leser »das Kleingedruckte« übersieht. Ihr Ziel sollte es sein, einen lesbaren Text zu gestalten. Und der sollte nicht kleiner sein als 7 bis 8 Punkt, wobei die Schriftgröße von 7 Punkt auch nur für einzelne Zeilen zumutbar ist.

7 Punkt Arial

Wer nur wenig Platz hat, könnte auf die Idee kommen, die Schriftgröße zu verkleinern. Das ist aber keine gute Idee, es sei denn, Sie wollen einen Vertrag gestalten, bei dem man froh ist, wenn der Leser »das Kleingedruckte« übersieht. Ihr Ziel sollte es sein, einen lesbaren Text zu gestalten. Und der sollte nicht kleiner sein als 7 bis 8 Punkt, wobei die Schriftgröße von 7 Punkt auch nur für einzelne Zeilen zumutbar ist.

8 Punkt Arial

Wer nur wenig Platz hat, könnte auf die Idee kommen, die Schriftgröße zu verkleinern. Das ist aber keine gute Idee, es sei denn, Sie wollen einen Vertrag gestalten, bei dem man froh ist, wenn der Leser »das Kleingedruckte« übersieht. Ihr Ziel sollte es sein, einen lesbaren Text zu gestalten. Und der sollte nicht kleiner sein als 7 bis 8 Punkt, wobei die Schriftgröße von 7 Punkt auch nur für einzelne Zeilen zumutbar ist.

字体宽度

为了节省空间，人们往往喜欢选用一种狭长的字体，这种字体也被称为Condensed字体。此时，为了确保文本清晰可读，请务必注意字体的粗细得当，同时字体（尤其是那些免费使用的字体）也不要过于狭长。含衬线字体中也有一些比较狭长，但狭长的无衬线字体往往更易辨识。

Myriad Pro Regular 9 pt

Um Platz zu sparen, greift man gerne zu einer schmalen Schrift, die auch als Condensed bezeichnet wird. Achten Sie darauf, dass die Strichstärke angemessen und die Schrift – vor allem bei kostenlosen Schriften – nicht zu schmal ist, damit die Lesbarkeit erhalten bleibt. Es gibt auch schmale Serifenschriften; die Serifenlosen lassen sich aber in der Condensed-Variante meistens besser lesen.

本案例中，如果选用较为狭长的Myriad Pro Condensed字体，而非常规的Myriad Pro Regular字体，至少能节省1～2个文本行。

Myriad Pro Condensed 9 pt

Um Platz zu sparen, greift man gerne zu einer schmalen Schrift, die auch als Condensed bezeichnet wird. Achten Sie darauf, dass die Strichstärke angemessen und die Schrift – vor allem bei kostenlosen Schriften – nicht zu schmal ist, damit die Lesbarkeit erhalten bleibt. Es gibt auch schmale Serifenschriften; die Serifenlosen lassen sich aber in der Condensed-Variante meistens besser lesen.

此处，字符间距保持不变。文本显得略微有些拥挤，选用狭长字体往往会出现这样的情况。

Myriad Pro Condensed 9 pt

Um Platz zu sparen, greift man gerne zu einer schmalen Schrift, die auch als Condensed bezeichnet wird. Achten Sie darauf, dass die Strichstärke angemessen und die Schrift – vor allem bei kostenlosen Schriften – nicht zu schmal ist, damit die Lesbarkeit erhalten bleibt. Es gibt auch schmale Serifenschriften; die Serifenlosen lassen sich aber in der Condensed-Variante meistens besser lesen.

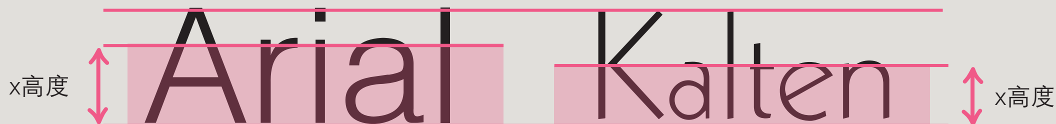
此处，字符间距略有增加。文本块显得不那么拥挤，这样处理同样能够节省空间，同时还提高了可读性。

更好地比较各种字体

你应当比较一下各种字体，不仅要看该字体应用于某个单词，最好还要看一下其应用于某设定页面的整体效果。也就是说，文本的视觉效果及其可读性也和文本的数量息息相关——一个单词或者一行文字或许和一整段文本的效果有所不同。

x高度

人们将字母字体底线到小写字母（诸如字母n、x或者a）上边缘之间的距离称作中长或者x高度。x高度较大的字体往往显得更加敞开，即便尺寸较小也相对容易辨识。



字母式样

字体越花哨，尺寸较小时就越难以辨识。

尺寸较小时难以辨识

Tall Paul

Susie's Hand

QuigleyWiggly

清晰可辨

TheSansOsF SemiLight

News Gothic MT

OFL Sorts Mill Goudy

行间距

行间距应约为字体大小的120%，也就是说，如果字体大小为10磅，那就应该选用12磅的行间距。尽管如此，依然存在着不少特殊情况，使用书写体以及装饰字体时尤其如此。此外，在有些衬线字体中，实际的字体尺寸要小得多，以至于有时即便采用100%的行间距也已足够。

20磅的SansOsF字体
120%行间距。



Der Zeilenabstand
von Grundlinie zu Grundlinie

20磅的Rabiohead字体
100%行间距。



Der Zeilenabstand
von Grundlinie zu Grundlinie

行长

文本行既不能过长也不能过短，对于较长的文本而言尤其如此。如果文本行过短，读者就不得不跳过许多内容，而文本行过长则无法一目了然，而且换行时很容易会读错行。最佳的行长在每行50～70个字符。如果页面够宽，可以将文本划分为多栏，各栏之间的间距应略大于字体大小。

每行约50个字符

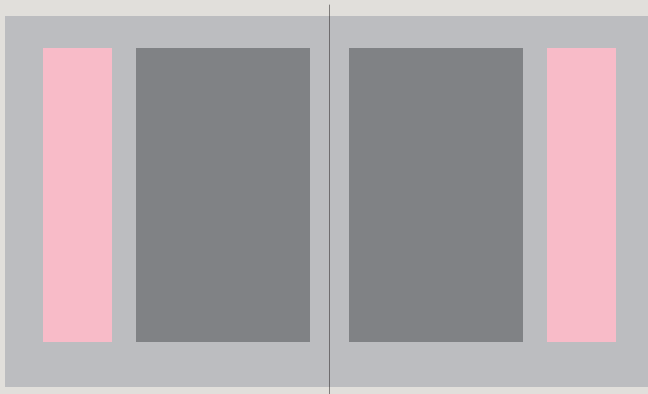
Besonders bei längeren Texten dürfen die Zeilen
weder zu lang noch zu kurz sein. Bei sehr kurzen
Zeilen muss der Leser zu viel springen; zu lange
Zeilen lassen sich nicht mehr mit einem Blick
erfassen, und man rutscht beim Zeilenwechsel
schnell in die falsche Zeile. Die optimale Zeilenlänge
liegt zwischen 50 und 70 Zeichen pro Zeile.
Ist die Seite breit genug, unterteilt man den Text
in mehrere Spalten. Der Abstand zwischen den
Spalten sollte etwas größer sein als die Schriftgröße.

每行约20个字符

Besonders bei längeren
Texten dürfen
die Zeilen weder zu
lang noch zu kurz
sein. Bei sehr kurzen
Zeilen muss der Leser
zu viel springen; zu
lange Zeilen lassen
sich nicht mehr mit
einem Blick erfassen,
und man rutscht beim
Zeilenwechsel schnell

页边空白栏

你是不是还有一些额外信息、小插图、图片说明以及其他一些琐碎的内容？这种情况下，你就应该设置一处页边空白栏了，该页边空白栏可能含有各式各样的边缘信息，这些信息并非连续文本的一部分，如果不单独放置，就会打断后者。这种页边空白栏往往位于页面的外边缘，而且最大不能超过单栏正文文本的一半宽度。





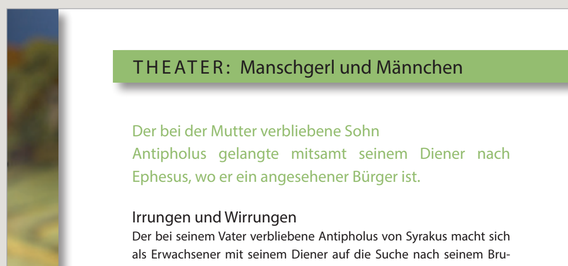
此处，连续文本栏的宽度为页边空白栏的2.5倍。

使版面更加生动活泼

如果文字很多，但图片素材很少，就必须采用一些别的办法使得版面中不出现大块的铅印空白区，从而显得更加生动活泼。不妨尝试着将版面尽可能地划分成多个小块。

添加颜色

请给文本上色，不过同时也要注意不要令版面过于五颜六色。为了避免出现这种情况，你也可以运用现有颜色中的色调。将一种鲜明有力的深色作为基色，然后设定色调，比如说80%、60%以及20%，这样一来层次就很丰富了。



THEATER: Manschgerl und Männchen

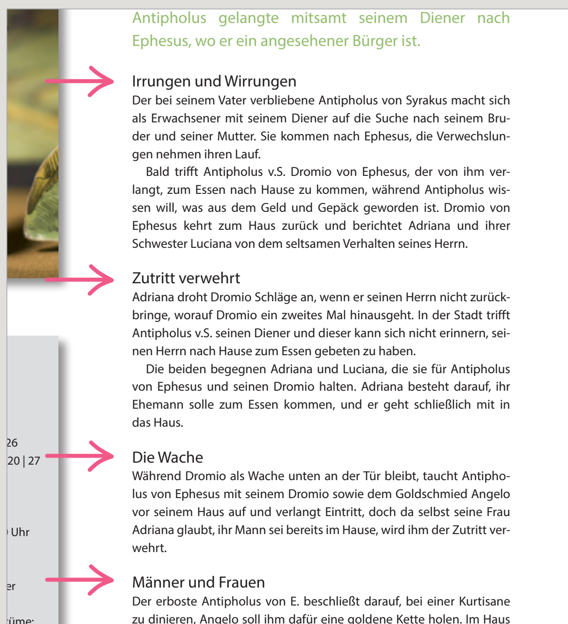
Der bei der Mutter verbliebene Sohn Antipholus gelangte mitsamt seinem Diener nach Ephesus, wo er ein angesehener Bürger ist.

Irrungen und Wirrungen

Der bei seinem Vater verbliebene Antipholus von Syrakus macht sich als Erwachsener mit seinem Diener auf die Suche nach seinem Bru-

分段

在和客户商洽之后，你可以在文本中插入更多的小标题，这能令版面显得生动活泼，同时也不一定会打乱内容。



Antipholus gelangte mitsamt seinem Diener nach Ephesus, wo er ein angesehener Bürger ist.

Irrungen und Wirrungen

Der bei seinem Vater verbliebene Antipholus von Syrakus macht sich als Erwachsener mit seinem Diener auf die Suche nach seinem Bruder und seiner Mutter. Sie kommen nach Ephesus, die Verwechslungen nehmen ihren Lauf.

Bald trifft Antipholus v.S. Dromio von Ephesus, der von ihm verlangt, zum Essen nach Hause zu kommen, während Antipholus wissen will, was aus dem Geld und Gepäck geworden ist. Dromio von Ephesus kehrt zum Haus zurück und berichtet Adriana und ihrer Schwester Luciana von dem seltsamen Verhalten seines Herrn.

Zutritt verwehrt

Adriana droht Dromio Schläge an, wenn er seinen Herrn nicht zurückbringe, worauf Dromio ein zweites Mal hinausgeht. In der Stadt trifft Antipholus v.S. seinen Diener und dieser kann sich nicht erinnern, seinen Herrn nach Hause zum Essen gebeten zu haben.

Die beiden begegnen Adriana und Luciana, die sie für Antipholus von Ephesus und seinen Dromio halten. Adriana besteht darauf, ihr Ehemann solle zum Essen kommen, und er geht schließlich mit in das Haus.

Die Wache

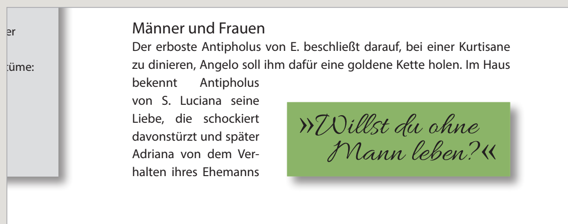
Während Dromio als Wache unten an der Tür bleibt, taucht Antipholus von Ephesus mit seinem Dromio sowie dem Goldschmied Angelo vor seinem Haus auf und verlangt Eintritt, doch da selbst seine Frau Adriana glaubt, ihr Mann sei bereits im Hause, wird ihm der Zutritt verwehrt.

Männer und Frauen

Der erboste Antipholus von E. beschließt darauf, bei einer Kurtisane zu dinieren, Angelo soll ihm dafür eine goldene Kette holen. Im Haus

- **分隔**

你可以尝试着将各条信息分开放置，比如说放在边框里。你的文本中有一条引文？不妨复制一下，在视觉效果上做一番加工，然后作为一幅装饰性的图片单独放置。



Männer und Frauen

Der erboste Antipholus von E. beschließt darauf, bei einer Kurtisane zu dinieren, Angelo soll ihm dafür eine goldene Kette holen. Im Haus bekennt Antipholus von S. Luciana seine Liebe, die schockiert davonstürzt und später Adriana von dem Verhalten ihres Ehemanns

»Willst du ohne Mann leben?«

利用缩进

较长的文本块中，每一段都应缩进起行，即段落首行的左侧缩进。缩进的宽度约和字体大小相当。

Irrungen und Wirrungen

Der bei seinem Vater verbliebene Antipholus von Syrakus macht sich als Erwachsener mit seinem Diener auf die Suche nach seinem Bruder und seiner Mutter. Sie kommen nach Ephesus, die Verwechslungen nehmen ihren Lauf.

Bald trifft Antipholus v. S. Dromio von Ephesus, der von ihm verlangt, zum Essen nach Hause zu kommen, während Antipholus wissen will, was

此处的缩进过小，几乎无法辨识。

Zutritt verwehrt

In der Stadt trifft Antipholus v. S. seinen Diener und dieser kann sich nicht erinnern, seinen Herrn nach Hause zum Essen gebeten zu haben.

Die beiden begegnen Adriana und Luciana, die sie für Antipholus von Ephesus und seinen Dromio halten. Adriana besteht darauf, ihr Ehemann solle zum Essen kommen, und er geht schließlich mit in das Haus.

此处的缩进大小得当。

men
Bald
von ih

缩进大小为一个字空较为合适。

运用花体大写首字母

段落起始处的大写首字母能够使版面更加生动活泼。不过你要注意一点：少就是多，也就是说，仅当文本所含段落并不太多时方可运用这种花体大写首字母。

Bald trifft Antipholus v. S. Dromio von Ephesus, der von ihm verlangt, zum Essen nach Hause zu kommen, während Antipholus wissen will, was aus dem Geld und Gepäck geworden ist. Dromio von Ephesus kehrt zum Haus zurück und berichtet Adriana und ihrer Schwester Luciana von dem seltsamen Verhalten seines Herrn.

Bald trifft Antipholus v. S. Dromio von Ephesus, der von ihm verlangt, zum Essen nach Hause zu kommen, während Antipholus wissen will, was aus dem Geld und Gepäck geworden ist. Dromio von Ephesus kehrt zum Haus zurück und berichtet Adriana und ihrer Schwester Luciana von dem seltsamen Verhalten seines Herrn.

所谓的悬挂式花体大写首字母位于文本外侧。



ald trifft Antipholus v. S. Dromio von Ephesus, der von ihm verlangt, zum Essen nach Hause zu kommen, während Antipholus wissen will, was aus dem Geld und Gepäck geworden ist. Dromio von Ephesus kehrt zum Haus zurück und berichtet Adriana und ihrer Schwester Luciana von dem seltsamen Verhalten seines Herrn.

富有变化

富有亮点的页面由于包含了别的内容而看上去与众不同，但是仍然应该确保页面具有统一的风貌。

再识别

每一页可以自成一体，尽管如此，仍然应该确保设计连贯统一。小标题和副标题要保持一致。同样地，正文文字和附加的信息也需保持一致。





右边两个版面设计中，浅灰色的框框所处位置不同，左侧图片的宽度也有差异。尽管如此，该设计的主线仍然一目了然，在视觉效果上，这两页依然构成了统一的整体。

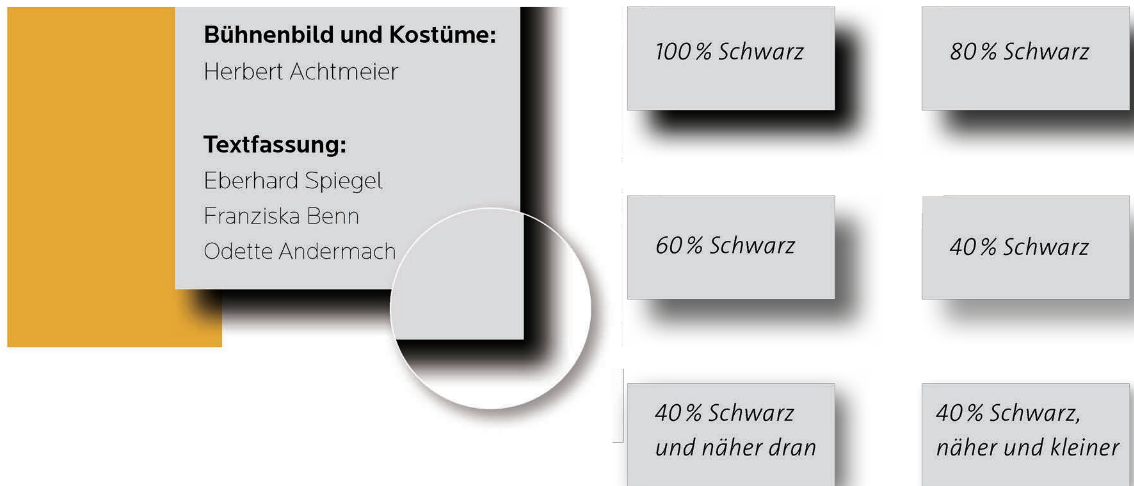




阴影

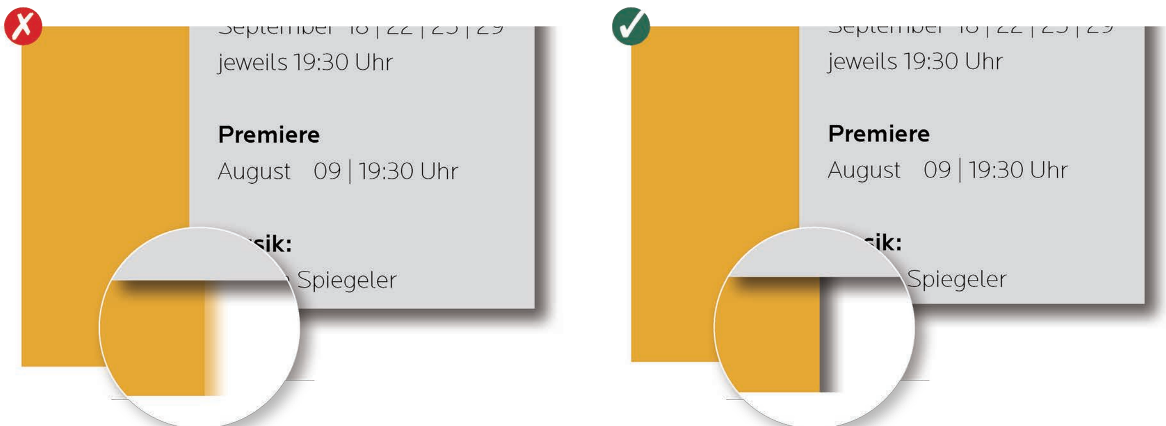
阴影有助于形成层次感和空间感，因而是一种受人喜爱的设计元素。请务必注意，各处阴影需保持完全一致，还要留心：阴影的间距不能过大，颜色也不能过深，否则就会让人感到过于阴沉。

通常情况下，阴影颜色不能选用深黑色，而是灰色或者至多是深灰色，这样看起来就不会感觉阴沉沉的。



彩色或黑白?

彩色的阴影很容易让人觉得不那么自然。或许有时人们恰恰需要这样一种效果，不过在我们这个案例中，这并不合适。



留给附加信息的位置

附加信息往往会被置于单独的文本块及文本框中，这样做有诸多好处：一方面能在视觉效果上令页面更加生动活泼，另一方面也能令读者一目了然。

框的设计

通用法则：框可以比较醒目，但应该能够融入整个设计，此时运用一些常见的设计元素将有所帮助。



如上例所示，给框增添背景色可以使其更加容易辨识，同时又得体大方。

框上方有图片时，两者的右边缘保持齐平，而其下边缘则终止于版心边缘处。

框内的颜色

如需给框填色从而使其更加醒目，那么不妨运用一种已在别处出现过的颜色，不过有一个前提条件，即相同颜色的填色区在内容上属于一个统一的整体。



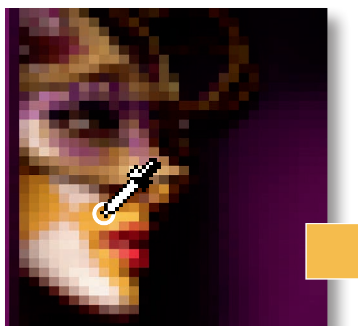
另一种可以采用的方法：你是否还想运用更多的颜色呢？不妨可以运用不同层次的主导色。

具有可比性的边框

反复运用边框，在其中呈现具有可比性的附加信息？这种做法能为设计者省去不少琐碎麻烦的工作，也能方便读者汲取信息，请注意反复运用相同的设计。

变式

如果需要更加明确地分隔框中的附加信息，不妨选用一种全新的颜色，比如说可以从一边的图片中提取一种颜色（黄色）。





小型园艺协会的数据

图表和表格的设计

你是否有这样的感受？人们往往很难注意和理解那些正文中顺便提及的数字。与之相反，那些视觉呈现的数据信息理解起来则要容易得多。比如说，图表就能很好地在视觉上归纳整理那些枯燥的数字，从而帮助读者汲取这些信息。

表格和图表

一份小型园艺协会的横版报刊中包含了许多不同的特别元素，其中的挑战在于表格和图表的设计。





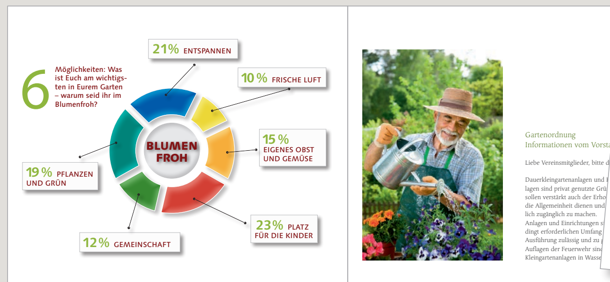
Unsere Vorschriften-Ecke

Richtlinien für die Abschätzung von Kleingärten bei Pächterwechsel

Die nachfolgende Tabelle informiert Euch über die Vorschriften bezüglich der Obstgehölze sowie der mehrjährigen Nutzpflanzen bei einem Pächterwechsel in unserem Kleingartenverein. In die Tabelle sind Wuchs, Alter und Pflegestand einzubeziehen.

Obstgehölze und mehrjährige Nutzpflanzen
IndieBewertungsindWuchs,Alter,Pflegezustandunddienochzuerwartenden Ertragsjahre einzubeziehen.

Nutzpflanzen Pflanzenart	Bewertungs-höchstmenge	€ / Stück je nach Alter und Pflegezustand		
Stachel- und Johannis-beersträucher	12 Stck/Pz.	4,–	5,–	6,–
Blaubeeren	12 Stck/Pz.	8,–	10,–	11,–
Weinreben	5 Stck/Pz.	6,–	8,–	12,–
Brombeeren	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Erdbeeren	50 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–



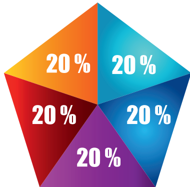


图表

图表适于用来对比不同的数值，其形式和种类繁多。









Excel和PowerPoint

如果你的电脑中安装有Excel和PowerPoint软件，那么就能轻而易举地以图表的形式来呈现数字了，几乎可以说这是完全自动生成的。此外，FreeHand和Illustrator这两个软件也能实现这一点。

数字文本或表格？

“针对果林和生长多年的经济作物，在更换承租人（经营者）时一般遵循下列规定：承租人至多可以索取12株醋栗和红醋栗的费用，价格视树龄和种植情况，分别为一株4、5、6欧元。蓝莓也是一样，之前的承租人至多可以收取12株蓝莓的费用，价格分别为一株8、10、11欧元。葡萄树的计价数量则至多不超过5株（……）”

Pächterwechsel

In die Bewertung sind Wuchs, Alter, Pflegezustand und die noch zu erwartenden Ertragsjahre einzubeziehen.

Nutzpflanzen

Pflanzenart	Bewertungs-höchstmenge	€ / Stück je nach Alter und Pflegezustand		
Stachel- und Johannis-beersträucher	12 Stck/Pz.	4,–	5,–	6,–
Blaubeeren	12 Stck/Pz.	8,–	10,–	11,–
Weinreben	5 Stck/Pz.	6,–	8,–	12,–
Brombeeren	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Erdbeeren	50 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–

文本难以一目了然地呈现诸如右表所示的复杂信息，而提取这些信息并设计一份表格就不失为一种良策。简洁明了的设计有助于读者汲取信息。

表格设计

表格是由一系列横向和纵向划分的数列组成的，设计表格时首先要注意其能让读者一目了然，同时也要在视觉效果上引人入胜。此外，与图表类似，表格中的数字在视觉上也要整齐有序，方便人们进行对比。这正是表格的优点所在，在设计表格时请务必充分利用好这点。

解释表格的内容

即便设计已经一目了然，你依然应对表格的内容加以简单描述。在本案例中可以这样描述：“本表格展示了更换承租人时，新承租人应当支付的果林及经济作物的费用。”

Pächterwechsel

In die Bewertung sind Wuchs, Alter, Pflegezustand und die noch zu erwartenden Ertragsjahre einzubeziehen.

Nutzpflanzen

Pflanzenart	Bewertungs-höchstmenge	€ / Stück je nach Alter und Pflegezustand		
Stachel- und Johannis-beersträucher	12 Stck/Pz.	4,–	5,–	6,–
Blaubeeren	12 Stck/Pz.	8,–	10,–	11,–
Weinreben	5 Stck/Pz.	6,–	8,–	12,–
Brombeeren	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Erdbeeren	50 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–

设计

从前卫时尚到传统保守，可以选用的风格多种多样。表格的设计必须贴合主题并和语境相匹配。在本案例中，你不妨选用一些有趣的颜色和图样。

Pächterwechsel

In die Bewertung sind Wuchs, Alter, Pflegezustand und die noch zu erwartenden Ertragsjahre einzubeziehen.

Nutzpflanzen

Pflanzenart	Bewertungs-höchstmenge	€ / Stück je nach Alter und Pflegezustand		
Stachel- und Johannis-beersträucher	12 Stck/Pz.	4,–	5,–	6,–
Kirschen	12 Stck/Pz.	8,–	10,–	11,–
Äpfelbäume	5 Stck/Pz.	6,–	8,–	12,–
Brombeeren	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Erdbeeren	50 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–

Pächterwechsel

In die Bewertung sind Wuchs, Alter, Pflegezustand und die noch zu erwartenden Ertragsjahre einzubeziehen.

Nutzpflanzen

Pflanzenart	Bewertungs-höchstmenge	€ / Stück je nach Alter und Pflegezustand		
Stachel- und Johannis-beersträucher	12 Stck/Pz.	4,–	5,–	6,–
Kirschen	12 Stck/Pz.	8,–	10,–	11,–
Äpfelbäume	5 Stck/Pz.	6,–	8,–	12,–
Brombeeren	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Erdbeeren	50 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–

垂直划分

事实上，各竖栏之间的距离往往大于各横行之间的距离，这就在视觉上形成了很多列。其实，这并算不上什么大问题，但我们在设计中要考虑到这一点。

垂直的列

由于存在着一些空白区域，人们很快就能辨识那些垂直的列，也正因如此，垂直的竖线显得有些多余，或者正如本例所示，并非必不可少。仅当各栏宽度有所不同时，设计者才需运用竖线。

Pächterwechsel

In die Bewertung sind Wuchs, Alter, Pflegezustand und die noch zu erwartenden Ertragsjahre einzubeziehen.

Nutzpflanzen

Pflanzenart	Bewertungs-höchstmenge	€/Stück je nach Alter und Pflegezustand		
Stachel- und Johannis-beersträucher	12 Stck/Pz.	4,–	5,–	6,–
Blaubeeren	12 Stck/Pz.	8,–	10,–	11,–
Weinreben	5 Stck/Pz.	6,–	8,–	12,–
Brombeeren	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Erdbeeren	50 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–

垂直线条往往具有装饰性的特征。

水平划分

一般情况下，读者会沿着水平方向逐行阅读表格。有些垂直竖列是自动生成的，此时你需要注意引导观众，使其沿着水平方向进行阅读。

间距

字符和线条之间的间距大约相当于双行单元格间的行间距。



Nutzpflanzen

Pflanzenart	Bewertung höchstmen
Stachel- und Johannis-beersträucher	12 Stck/Pz
Blaubeeren	12 Stck/Pz
Weinreben	5 Stck/Pz
Brombeeren	5 Stck/Pz
Erdbeeren	50 Stck/Pz

如果字符和线条之间的间距过大，表格就会显得松散。

线条粗细

线条粗细应该分情况讨论：如果线条仅仅起到引导的作用，那么其粗细应该参照字符笔画的粗细。通常情况下，人们运用的线条粗细为0.3磅，至多不超过0.5磅。如果线条还起到装饰的作用或发挥对比的效果，你就应该采用较粗的线条，约为2磅，而且还请务必不要使用黑色，否则你的表格看起来就像是牢房里的铁栅栏。通常情况下，选用1磅粗细的线条并不合适。

Nutzpflanzen

Pflanzenart	Bewertungs-höchstmenge	€/Stück je nach Alter und Pflegezustand		
Stachel- und Johannis-beersträucher	12 Stck/Pz.	4,–	5,–	6,–
Blaubeeren	12 Stck/Pz.	8,–	10,–	11,–
Weinreben	5 Stck/Pz.	6,–	8,–	12,–
Brombeeren	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Erdbeeren	50 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–

装饰性作用还是引导性作用？

此处，线条并非装饰，而仅仅起到引导观众视线的作用，因而不能过粗。

表格中水平线条的粗细绝对不能超过表头下方线条的粗细。

Nutzpflanzen

Pflanzenart	Bewertungs- ichstmenge	€/Stück je nach Alter und Pflegezustand		
Stachel- und Johannis-beersträucher	2 Stck/Pz.	4,–	5,–	6,–
Blaubeeren	12 Stck/Pz.	8,–	10,–	11,–
Weinreben	5 Stck/Pz.	6,–	8,–	12,–
Brombeeren	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Erdbeeren	50 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–

用区块取代线条

如果想对版面进行划分，又不想使用线条，也可采用区块取而代之。为了使版面富有变化，你既可以选用不同的填充颜色，也可以采取彩色和白色背景交替的方案。

对比

请务必注意，字符颜色和背景颜色间需形成足够鲜明的对比。

Nutzpflanzen

Pflanzenart	Bewertungs-höchstmenge	€/Stück je nach Alter und Pflegezustand		
Johannisbeersträucher	12 Stck/Pz.	4,–	5,–	6,–
Kirschen	12 Stck/Pz.	8,–	10,–	11,–
Äpfelbäume	5 Stck/Pz.	6,–	8,–	12,–
Brombeeren	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Erdbeeren	50 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–
Pflaumen	10 Stck/Pz.	5,–	6,–	8,–
Birnen	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Karotten	30 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–

完全不含线条

还有可能存在下列这种情况：表格中完全不含线条。不过请注意，仅当表格中内容差异不是很大时，方可运用这种变式。如果表格中的数字极不对等，或者文本的长度差异很大，这种完全不含线条的表格就会显得过于杂乱。

表头

恰恰是在表格中不含线条的情况下，设计者需要特别突出表头，比如说运用颜色或者为其选用另外一种醒目字体。

Nutzpflanzen

Pflanzenart	Bewertungs-höchstmenge	€/Stück je nach Alter und Pflegezustand		
Johannisbeersträucher	12 Stck/Pz.	4,–	5,–	6,–
Kirschen	12 Stck/Pz.	8,–	10,–	11,–
Äpfelbäume	5 Stck/Pz.	6,–	8,–	12,–
Brombeeren	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Erdbeeren	50 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–
Pflaumen	10 Stck/Pz.	5,–	6,–	8,–
Birnen	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Karotten	30 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–

略微增加行间距有助于改善文本的可读性。

避免讣告

在表格四周加上一圈黑框往往显得不那么美观，而且很容易让人联想到讣告。如果客户坚持要求采用外框，那么至少应该避免使用黑色。

Pächterwechsel
In die Bewertung sind Wuchs, Alter, Pflegezustand und die noch zu erwartenden Ertragsjahre einzubeziehen.

Nutzpflanzen Pflanzenart	Bewertungs-höchstmenge	€/Stück je nach Alter und Pflegezustand		
Stachel- und Johannis-beersträucher	12 Stck/Pz.	4,–	5,–	6,–
Blaubeeren	12 Stck/Pz.	8,–	10,–	11,–
Weinreben	5 Stck/Pz.	6,–	8,–	12,–
Brombeeren	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Erdbeeren	50 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–

✗

绿色的背景非常得当，能和图片融为一体，版面显得和谐美观。相反，黑色外框则显得很沉闷，会让人联想到讣告。

Pächterwechsel
In die Bewertung sind Wuchs, Alter, Pflegezustand und die noch zu erwartenden Ertragsjahre einzubeziehen.

Nutzpflanzen Pflanzenart	Bewertungs-höchstmenge	€/Stück je nach Alter und Pflegezustand		
Stachel- und Johannis-beersträucher	12 Stck/Pz.	4,–	5,–	6,–
Blaubeeren	12 Stck/Pz.	8,–	10,–	11,–
Weinreben	5 Stck/Pz.	6,–	8,–	12,–
Brombeeren	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Erdbeeren	50 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–

✓

现在将外框的颜色改为和内部线条及背景一致的浅绿色，这样一来，整个版面就显得轻松活泼，也十分和谐。

文本对齐

请务必注意使各行各列均与其内容相应对齐。如果为了简便而将表格中所有内容都左侧对齐，那么这张表格会因其内容不同显得有些凌乱，有的时候甚至会误导读者向后翻阅。

没有对齐

右边缘已右对齐，但小星星符号则使各小数点位置交错。

€/Stück je nach Alter und Pflegezustand		
4,–	5,–	6,–*
8,–	10,–*	11,–
6,–*	8,–	12,–
1,–	2,–*	3,–*
2,–*	3,–	4,–
5,–	6,–*	8,–*



小数点上下对齐

此处，右边缘虽然有些松散，但小数点上下对齐，这有助于数字的辨识。

€/Stück je nach Alter und Pflegezustand		
4,–	5,–	6,–*
8,–	10,–*	11,–
6,–*	8,–	12,–
1,–	2,–*	3,–*
2,–*	3,–	4,–
5,–	6,–*	8,–*

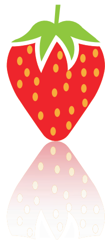


文本突出显示

如果你想重点突出某些特定的数字，不妨利用背景色标注相应的表格字段、行或栏。比如说，你也可以运用加粗字体或者给字符上色。

突出显示单元格

为了突出显示某些单元格，你可以为其增加背景色，或者在其四周加框。



Pächterwechsel

In die Bewertung sind Wuchs, Alter, Pflegezustand und die noch zu erwartenden Ertragsjahre einzubeziehen.

Nutzpflanzen

Pflanzenart	Bewertungs-höchstmenge	€/Stück je nach Alter und Pflegezustand		
Stachel- und Johannis-beersträucher	12 Stck/Pz.	4,–	5,–	6,–
Blaubeeren	12 Stck/Pz.	8,–	10,–	11,–
Weinreben	5 Stck/Pz.	6,–	8,–	12,–
Brombeeren	5 Stck/Pz.	1,–	2,–	3,–
Erdbeeren	50 Stck/Pz.	2,–	3,–	4,–

以图表形式呈现的民意调查

就在园艺师看来什么是最重要的，协会进行了一项民意调查，而设计者则需将调查结果生动形象地呈现出来，从而达到引人入胜的视觉效果。所以首先应当考虑一下，需要对哪些值加以比较以及采用何种图表类型最为合适。

适用于民意调查的饼状图

饼状图中可以运用五彩缤纷的颜色，其外观比较生动活泼，比较适用于协会报刊。

注意字体

各对比值也应采用相同的字体格式加以标注。



少量运用特效

对于一份园艺报刊而言，其中的图表可能显得不够生机勃勃。那些实事求是的图表或表格仅旨在传达信息，如果你想为图表注入更多生机，就应该运用渐变以及阴影特效。

富有立体感的区块

设计渐变特效时，不能让人感觉这就是一种渐变，而仅仅旨在使区块显得更加生动形象。略微增加浅色的阴影可以增强这种效果。



视觉化的描述

读者更加容易辨识、注意和比较以图表形式呈现的各组数字及数据。为了使其真正发挥效果，你在图表设计中应当注意以下几点。

图表类型

饼状图、点状图、线状图、柱状图、块状图——可供选择的图表类型非常丰富，即便是电路图也算是一张图表。至于选用何种类型的图表不应取决于个人喜好，而应视数字种类以及所要传达的信息而定。事实上，并非每种类型的图表都适用于任何一类数字。



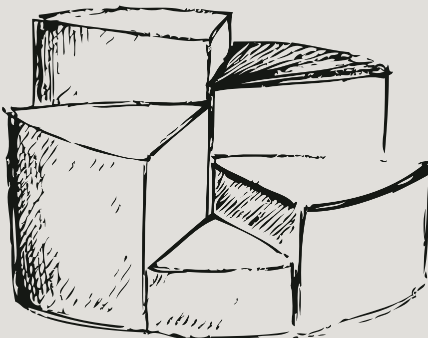
确保清晰

要想在图表中成功地呈现各种数据，设计者首先得很好地理解主题。正因如此，设计图表前，请务必明确主题并理清其中的各种关系。

请明确要对哪些数值加以比较。

比较

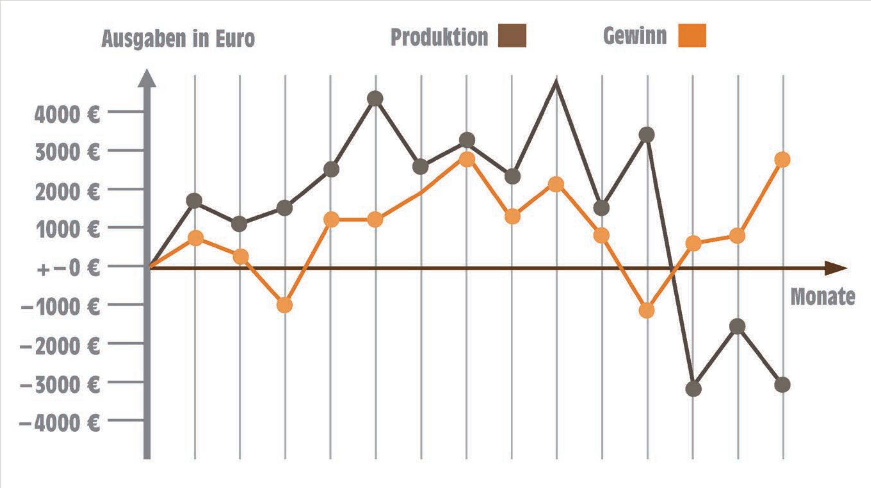
请检查一下待比较的内容。所有待比较数字是否都是绝对值或是相对值，这些数字是百分比数字还是指数？有一些数字和事实情况是无法加以比较的。





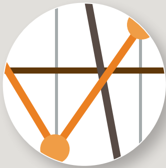
轴线

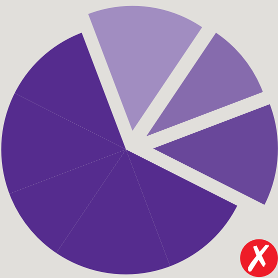
确定各轴线的单位。避免出现大的跳跃。



颜色和亲近感

请考虑到一点，即暖色看上去要比冷色更具亲近感。如果图表中有两条线相互交叉，不妨选用暖色为前面那条线着色，若反其道而行之，人们就会自然而然地感觉到一种视觉冲突，这将妨碍读者汲取图表中的信息。





色调层次

在比较各组数据时，不宜采用同一颜色的不同色调，因为在视觉效果上，较浅颜色填充的那块区域会显得较大。

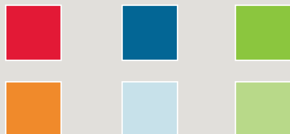
利用颜色加以区分

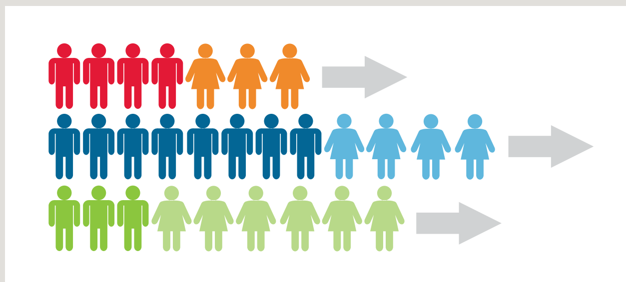
设计图表时，请注意不要选用那些在色环中挨得过近的颜色。有些颜色的区分度很大，比如说蓝色、灰色、绿色和红色。



统一的整体

请在运用颜色时注意标明哪些数值属于一个统一的整体。

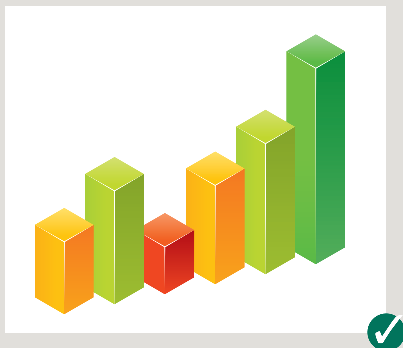




避免采用过于强烈的特效

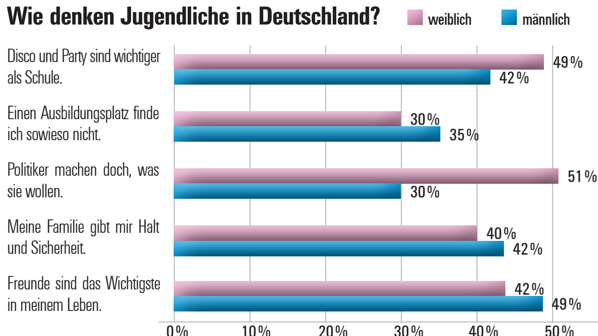
图表中尽量不要运用那些过于夸张的3D特效。运用少量富有装饰性的阴影或者略显空间感的视觉效果无可厚非，但是过多的特效很容易会误导人们的感知。





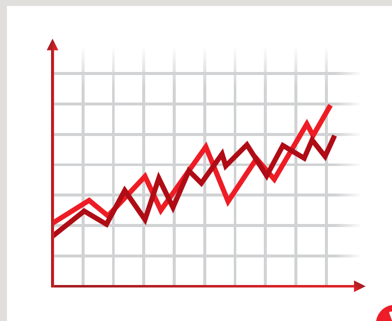
注意文本

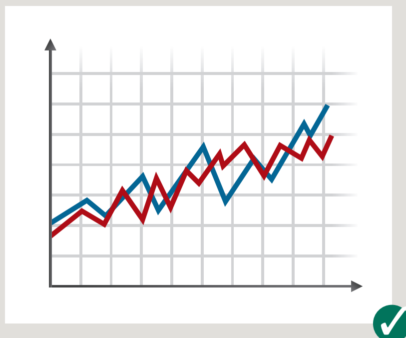
图表中的文本要清晰易读。图表说明应位于图表外侧并有利于各元素的放置。千万不要让读者摸不着头脑。为了方便读者读懂图表，请对那些非典型的元素或信息做出解释。



寻求对比

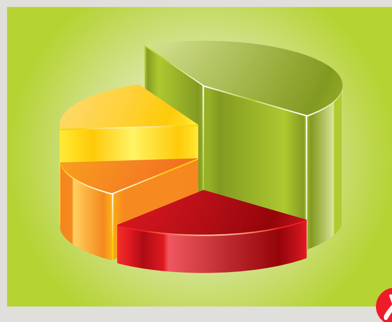
有些线条相互交叉或者挨得很近，应在视觉上对其做出较好的区分。

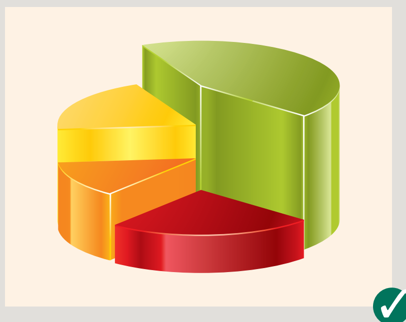




确定背景

有些背景很容易分散人们对图表数据的注意力或者减少图表的对比度，请避免使用这类背景。





设定优先级

想必你还记得我们在第一章中提到过的设计三部曲吧？在图表设计的过程中你也应当牢记这一点。标题应该强调图表中最为重要的信息，在设计上也要突出这一点。



假日游戏

你的宣传海报将赢得两秒钟的关注

如果你设计的是宣传海报、招贴广告或其他的户外广告，那么你将面临一项非常特别的挑战：关注时间。调查显示，大幅户外广告的被关注时间为两秒钟。这就意味着，平均而言，你要在两秒钟内向观众阐明一条重要的信息。请务必简明扼要，在设计时确保信息能够一目了然。



简明扼要

我们的任务是围绕假日游戏的主题设计一份含有大量图片和少量文字的宣传海报。这份设计的目标受众是儿童，他们只能维持较短时间的注意力，这就向设计者提出了一项特别的挑战。大块的彩色区域是本设计在排印上的特别之处。

宣传海报

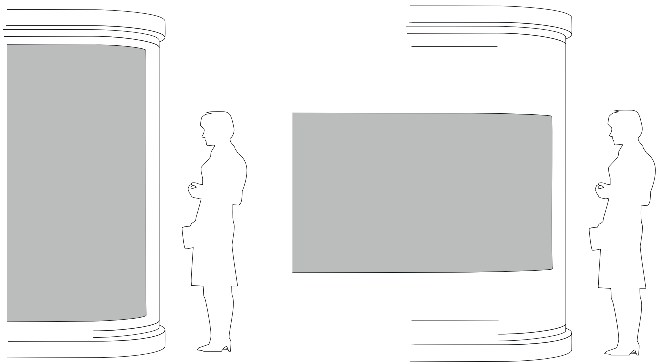
宣传海报在我们的日常生活中扮演着重要的角色，它们随处可见，不仅向人们传播着展览、电影或者体育节日相关的信息，也为产品、服务或者竞选候选人做宣传。

宣传海报的特别之处

虽然从设计角度来看，横版往往是一种较好的版式，但人们基本上还是会在宣传海报中运用竖版。显然，对于张贴在街道广告柱上的宣传海报而言，竖版比横版能更加方便观众阅读其中的内容。如果采用横版，为了看到其中的所有内容，观众就不得不围着柱子绕圈。

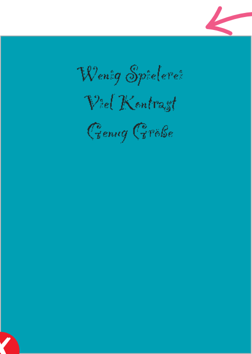
格式

宣传海报的基本格式为DIN A1，即59.4厘米×84.1厘米。此外，还可采用DIN A1翻倍的格式，比如将四份或八份DIN A1印张相邻或上下放置。版式的上限为356厘米×252厘米，这相当于18个DINA1的大小。城市之光的海报往往选用175厘米×118.5厘米的尺寸。



字体大小

字体太小就无法辨识——至少在宣传海报中是如此。有一条简易法则：字体大小至少为5厘米，或者字体大小至少应为海报高度的5%。当然，视文字量多少不同，这项准则也并非一成不变，但不应超出太多。



字体大小约为海报高度的5%，但此处所用字体和背景之间的反差不够，这样一来，这种字体就显得不够大了。



此处，字体大小为海报高度的9%。

注意可读性

我们必须确保宣传海报在不同视角和不同光线条件下都清晰可读。请务必运用清晰可读的字体并注意形成鲜明的对比。不要陷入细枝末节和花里胡哨的装饰。

最为重要的信息

如果观众对宣传海报的关注时间较短，那么在着手设计之前，设计者就必须明确哪条信息才是“关键”，也就是最为重要的信息。如不确定不妨思考一下。

吸睛元素

图片就是一个很好的吸睛元素，图中孩子睁开的眼睛能够很快吸引观众的注意。标题，也就是所谓的“关键”信息直接位于其上方。更多的细节信息采用白字绿底，放置于图片下方，这恰好和图片上方的绿色区块构成了一个外框。



倾斜的文字

你也可以采用另外一种方案，即将标题沿逆时针方向旋转90度。读者自己并不想旋转90度而会将文本理解为文字图片，因而倾斜的文本较难辨识。不过本案例中的旋转文本只有两个单词，并不会对理解造成什么影响。



如有可能，倾斜的文本应位于页面的左侧区域。

我们所用的拉丁字母是一种从左向右阅读的水平文字，因此一般情况下应避免采用垂直文本。



找到合适的颜色

孩子们喜欢一些纯色。红色、绿色、蓝色、黄色都是深受孩子们喜欢的颜色。不过，即便是孩子也不能一概而论——根据年龄不同，从幼儿到青少年，他们的喜好会发生变化，有的时候这种变化还很快呢。



幼儿园

还在上幼儿园的孩子们很喜欢纯色。此外，紫红色或橙色也是他们喜爱的颜色。与之相反，这个年龄段的孩子根本不会喜欢黑色和白色以及灰色和棕色。







五岁以上

孩子超过约五岁时，除了那些纯色，也会喜欢粉红色、蔷薇色以及绿色调和蓝色调。不过，这个年龄的孩子依然不会喜欢黑色和白色。

青少年

青少年的颜色喜好会从纯色逐渐转移为混色。青少年的年龄越大，对黑色的喜爱程度也就越高。

年长者

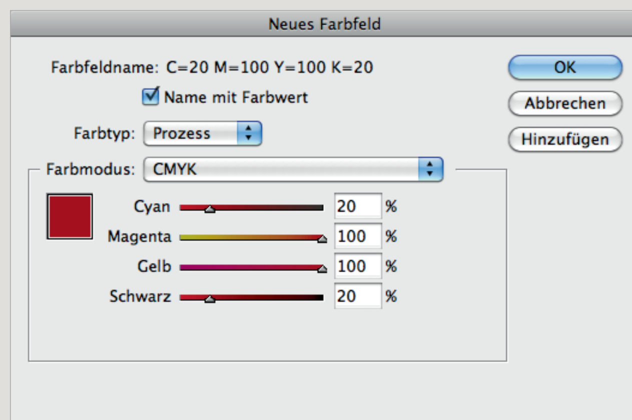
年纪越大的人越喜欢纯度较低的颜色。

排印技术的要求

特别在彩色区块面积较大时，你应当和印刷厂商谈一番，确认其必须满足哪些技术要求。不过一般来说，凡是需要印刷的设计作品，你都应该就此和印刷厂进行一番商谈。

最大的总面积覆盖率

人们将所有叠加印制的色彩总量称为总面积覆盖率。它在数值上为所有单个色值的总和。举例而言，一个区块在印制时采用了20%的青色、100%的品红色、100%的黄色以及20%的黑色，那么其总面积覆盖率就是240%。最大的总面积覆盖率取决于印刷工艺，同时也和所用纸张有关，其极限值往往在250%～350%。总面积覆盖率值过高有可能导致种种问题，纸张可能因此被拉长或呈波浪状，干燥可能耗时更长，其中的颜色可能会粘到下一印张的背面。



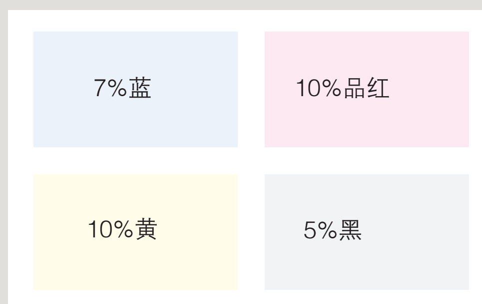
四种印刷色



=240%总面积覆盖率 

最小的网点面积覆盖率

网点面积覆盖率小于10%的有色区域可能会显得很淡，当然这也取决于所用的颜色——同样一块区域，填充10%的黄色看上去要比填充10%的蓝色浅得多。网点面积覆盖率小于5%的有色区域甚至就像完全消失了一样。不妨向你的印刷厂询问一下最小的网点面积覆盖率，以免人们无法看到本应存在的设计对象。



深黑色

如果你要在设计中嵌入一块较大的黑色区域，请注意不能采用纯黑色。0%青色、0%品红色、0%黄色和100%黑色运用于小块区域问题不大，但对于较大的设计元素而言，纯黑的效果还不够强。你可以采取下列两种办法获得足够浓郁的黑色：一是在其中混入一种别的颜色，往往采用的是青色，二是混入除黑色以外的所有其他三种印刷色。举例而言，人们常常在黑色中添加30%～60%的青色获得一种冷黑色。



100%黑色

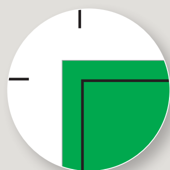
30%青色
100%黑色

60%青色
100%黑色

50%品红色
70%黄色
100%黑色

30%青色
30%品红色
30%黄色
85%黑色

想要获得一种暖黑色，你可以在其中混入品红色和黄色，想要获得一种石墨黑色，你可以在其中混入所有四种颜色。





切边

请务必牢记一点：如果设计中的区块或图片与纸张边缘是齐平的，那么在处理该设计文件时，必须使这些元素超出该边缘。否则，如果切边不精准就可能出现有色区块和纸张边缘之间出现留白的情况。切边通常为3毫米～5毫米，而且四面均超出纸张边缘。

线上鲜花商店

网页的设计

如今，成功的营销离不开线上广告。你或许就会面临这样一项有趣的任务，即为客户设计一个网站——这背后的编程工作往往会交由另外一名服务提供商完成。为了实现较好的印刷效果，诸多适用于一般设计的小贴士和规则也同样适用于线上网页。不过，这两者之间也存在着一些差异，你可以借助“Miss Rose”这家线上鲜花商店的设计案例了解网页设计的一些特别之处。

采用玫瑰彰显优雅

“Miss Rose”是一家专门供应玫瑰的线上鲜花商店，这家公司同时也提供各式植物以及一些鲜花礼物的策划方案。该公司没有分店，是一家仅仅进行线上销售的商店。“Miss Rose”走的不是低端路线，因而想要一份优雅、低调且富有品味的设计。



网页中的网格

多数情况下，设计者能够在有限的空间内放置大量的内容，同时还能确保其一目了然、引人入胜。当然，人们也可选用另外一种含有较多空白区域的设计方案，其设计难度自然要大一些。不过，无论版面空间是大是小，运用网格都能帮助你更好地进行设计，这在网页设计中也不例外。





重复出现

网格一经定义，就应运用于其所有子页面。

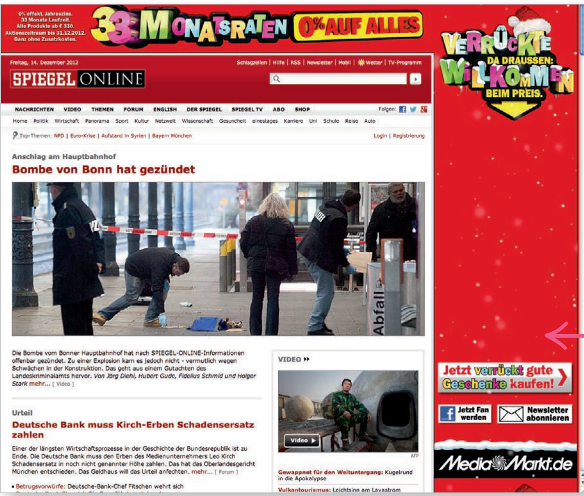


简明扼要

少就是多。无须将所有信息都放在起始页中。

页面格式

设计一份网页时首先要做出一项决策：采用固定的页面格式还是自由的页面格式？对于很多页面而言，采用固定的页面格式更佳。



嵌入式广告。

高度灵活可变

在很多页面中，宽度固定，但高度灵活可变。宽度固定的情况下，设计者不仅能够事先做出精准的计划，还能对网页在互联网中的视觉效果做到心中有数。此外，一旦页面宽度固定，我们就可以避免文本行过长的问题。

不要在侧面翻卷

请务必注意一点，使用者无须在侧面翻卷即可阅读！

三等分技巧

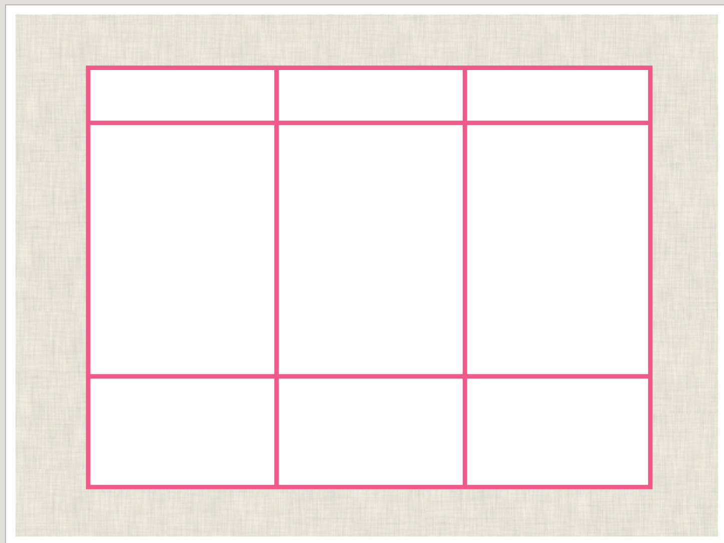
互联网本身就丰富多彩，而网页设计也是一样。事实上，我们可以发现，不同页面的质量也往往参差不齐。设计网页时，我们最需要关注的有两点：一是其是否一目了然，二是其是否清晰可读。

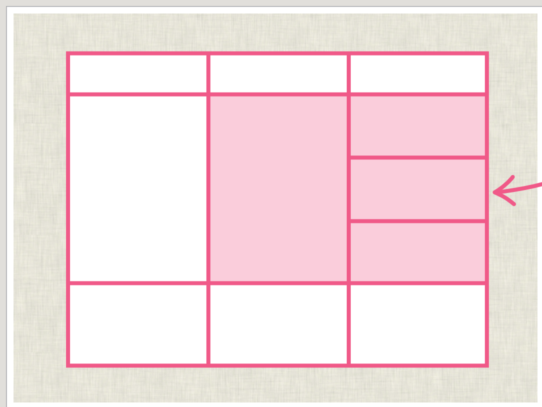
垂直分割

设计网页时，为了使其在视觉效果上和谐美观、一目了然，请把它进行三等分，这就在纵向形成了三块大小完全相同的区域。

水平分割

在对版面进行水平分割时，如果内容已经明确，请首先确定各横条的最终高度。实质性的内容位于中间部分，任何情况下，这块区域都要明显大于上部区域（即头部），而位于下部的条块也比较窄。

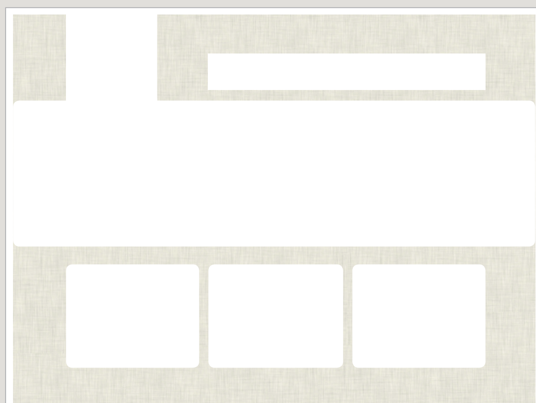


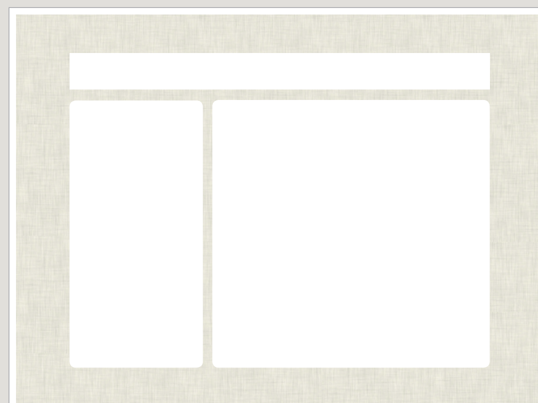


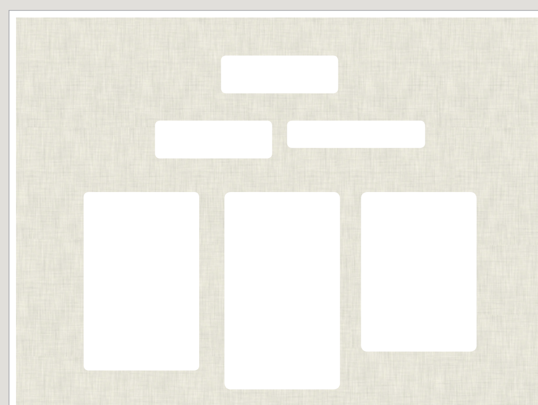
如果版面分割较细，你可以对出现的网格再做三等分。当然，如果出于设计的需要，你也可以将其中的某些网格再行合并。

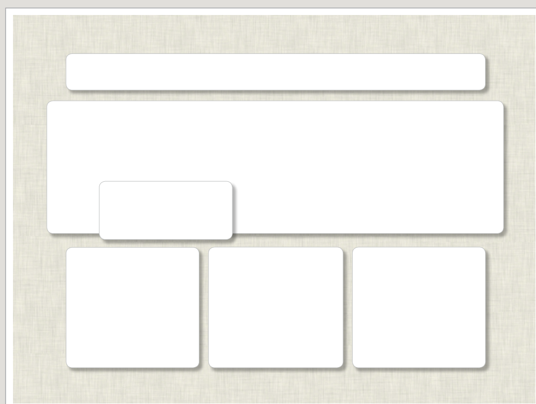
各种变式

借助三等分规则，你也能够轻而易举地制做出各种其他的版式。不过，最终你还是需要选定其中的一种变式！









空白区域

请在版面中充分留白！这是确保版面一目了然、清晰可读的前提条件。如果没有足够的留白却依然想获得一目了然的效果，设计者就不得不利用一些别的不那么优雅的设计手法，比如说运用较多的线条和背景。

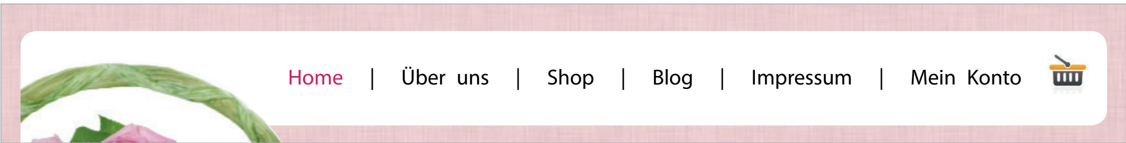


页面的基本结构

导航元素是网页设计中的一个重要的基本元素。网页浏览者可以借此访问其中的所有子页面并获得想要的信息。正因如此，每个子页面中均应显示出该导航元素。

上部的横条

在页面上部区域布置一个横条作为导航栏，这是一种切实可行的办法。采用这种布局方式，导航栏不会干扰整体版面，也能和其他设计对象很好地融合。



不断变化的内容

版面中的内容不断变化，但导航栏保持不变。导航栏的位置千万不得随页面内容发生变化，这非但不能使页面显得丰富多变，还会令读者感到混乱。

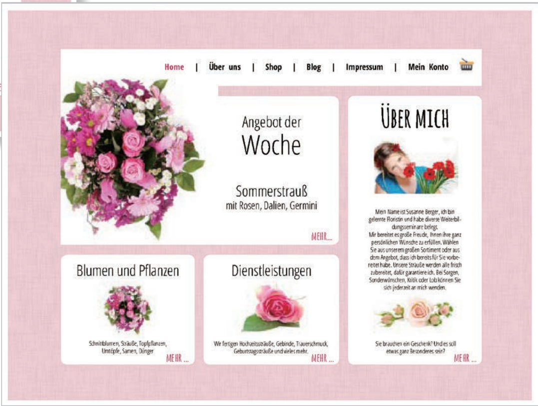


同元素的重复出现

请重复运用某些元素，比如某些Logo、颜色或者文字。要使顾客熟悉这些元素并对其记忆犹新。最好能使顾客自然而然地将这些Logo、颜色或者文字和该产品联系起来。此外，这种重复出现也能使各页面显得连贯统一。

相同的版面划分

如果所有页面在版面划分上均和初始页保持一致或者至少与之相似，那么观众就会对此感到亲切和熟悉。



设计——一切元素都是圆润的

图片中的花束与花瓣都是圆润的，而白色区域的边角也是圆润的。此外，花篮的提手和名称的字母轮廓也是圆润的。

圆润柔软

整个设计中没有尖锐的边或角。所有元素看上去都显得十分柔软。



前后一致的选色

虽然我们可以选择淡粉色作为底色，但也有其他的选择。请根据照片的颜色选色，如果照片中的玫瑰主要呈淡黄色，那么我们也可以相应采用淡黄色或米色。当然，字体以及其他元素可以运用更多别的颜色。

淡粉色背景

背景色取自于图片中玫瑰的颜色，但仍然维持原有纹理。

淡粉色的元素

某些元素也同样采用了淡粉色，比如导航元素“Home”。请注意在页面中反复运用所选的基色。





米色背景

如果采用了浅色调的背景，不妨在页面中运用更多的彩色元素。

网络字体的可读性

和印刷媒体一样，对于网络而言，也有一系列因素影响着网页文字的可读性，其中就包括字体大小、字体种类以及行宽。请务必注意网络媒体和印刷媒体两者间的差异！

字体大小

网络中的度量单位不是磅，而是像素，但一个像素并未对应一个绝对的大小值，它和显示屏的大小以及所用的像素数有关。因此，你只能大致确定使用者实际看到的字体大小。对于早先的72 ppi（每英寸像素）标准显示屏而言，12像素的字体与12磅的字体大小相当，而对于分辨率为96 ppi的显示屏而言，16像素的字体与12磅的字体大小相当。

! 视字体类型不同，较长的文本往往采用10像素～16像素的字体。

是否选用含衬线字体?

对于纸张而言，衬线能够增强文本的可读性，还能起到引导视线的作用，但对于计算机的显示屏而言，这有时反而会令阅读变得更加困难。这是因为显示屏的分辨率有限，过小的字体搭配更小的衬线有时就会消失不见了，或者会显得有些混乱。

Während Serifen auf dem Papier die Lesbarkeit fördern und das Auge führen können, erschweren sie auf dem Monitor manchmal das Lesen. Denn zu kleine Schriften mit noch kleineren Serifen verschwinden manchmal oder wirken störend, da sie durch die begrenzte Auflösung des Monitors nicht ganz scharf dargestellt werden.

由于分辨率有限而难以辨识。

! 对于不到16像素的字体，请最好选用一种无衬线字体。

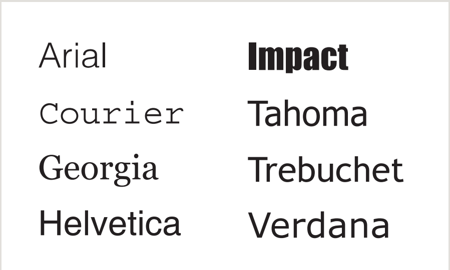
优化的字体

印刷媒体和网络媒体用的字体需要满足不同的要求，鉴于此，人们专门就运用于网络的字体进行了一番优化。这些网页字体含有足够的信息量，即便在分辨率较低的情况下也能达到最优的视觉效果。

Titillium Web
Rosarivo
Handlee

准字体

借助最新的技术，其他字体也可作为标准字体被嵌入网页，人们无须担心读者会将其视为一种替代字体。当然，也有一些字体虽然早已过时，但依然清晰可读，其中就包括Arial、Courier、Georgia、Helvetica、Impact、Tahoma、Trebuchet以及Verdana。



如果字体较小，建议采用Trebuchet MS或者Lucida Grande字体。
请不要采用Monaco、Courier或者Comic Sans这些字体。

字体图形和字体特征

字体线条粗细不均会显得比较有趣且富有变化，但这会影响其在网页中的可读性。此外，字母“a”或者“e”中底线到上边缘的距离与整个字体大小之间的比例也会影响字体图形并进而影响文本的可读性。

相较于印刷媒体，字母形状及其特征对网络字体的影响更大。任何情况下，线条纤细的字体以及花体字都应相对大一些。

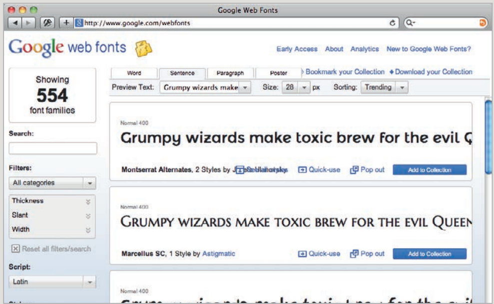




x高度较小的花体字会增加阅读的难度。

行宽

原则上，相较于印刷设计而言，网络设计中的文本长度要更短些，而行间距略大一些。此外，字符间距往往也会略大些。



何处获得网络字体？

设计者可以访问网址www.google.com/webfonts获得免费的网络字体。请注意，该网址提供的字体质量参差不齐，既有经过精心剪裁的优化字体，也有粗制滥造的字体。

第四章　专业知识

清晰明了地阐述基础知识

创意和构思辅之以一些设计法则，你就能获得一份优秀的设计。不过，设计也是一门技术活，掌握一些技术方面的背景知识必不可少，只有这样，最终印制的设计作品才能如你所愿，也能满足客户的需求。

首先恭喜你，在前三章中，你已经习读了有关设计的许多内容，其中包括处理图片、字体以及色彩的各种小技巧，我们还特别就如何搭配所有设计元素使其彼此协调及其所产生的效果进行了许多探讨。我深信，在阅读完这些内容之后，你的设计作品一定会更加专业，更引人入胜，也更丰富多彩。

技术背景

不过我还有个小小的请求：先别急着把这本书扔到一边。现在，你将在最后一章了解更多细节，要想获得理想的设计效果，这些细节同样极其重要。本章不再论述设计本身，而是更多地探讨一些技术方面的背景知识。少了这些知识的具体运用，观众将无法欣赏你的设计。试想，你在计算机屏幕上精挑细选的颜色在明信片上看上去完全不同，该如何是好？或者，你悉心搭配的图片在印刷的宣传册上模糊不清，又该怎么办呢？正因如此，你应当对技术方面的必备知识稍作了解。这样一来，无论是在屏幕上还是印刷品上，你的设计都能令读者满意。



色彩空间

在第二章中，我们已经论述了色彩及其效果。你可能早已有所耳闻，要想在屏幕上调制各种颜色并确保其在印刷之后效果依旧令人满意，并非易事；换言之，我们希望调配各种颜色，使其在屏幕和印刷品上的视觉效果尽可能地保持一致。

不同的显示方法

色彩在计算机屏幕和纸张上呈现的效果之所以不同，是因为这两者的色彩呈现方式不同。显示屏利用光线呈现色彩，而纸张借助液态油墨呈现色彩。色光三原色包括红色、绿色和蓝色，而液态油墨包括青色、品红色、黄色和黑色。正因如此，两者之间有所差异也就不足为奇了。

计算机屏幕和印刷品上所用的色彩模型不同，这就自然而然地导致色彩呈现出不同的视觉效果。



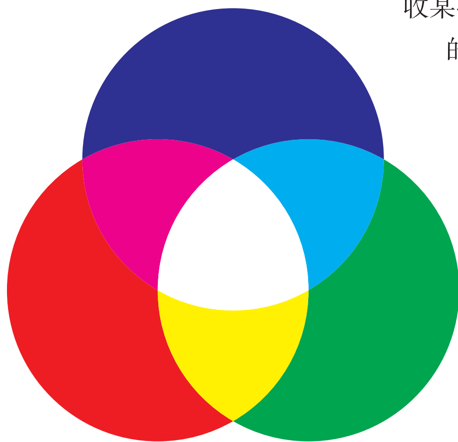
< 色彩模型比较
计算机屏幕运用的色彩为红色、绿色和蓝色，即RGB；而印刷品运用的色彩为青色、品红色、黄色和黑色（基本色），即CMYK。

叠加型色彩空间

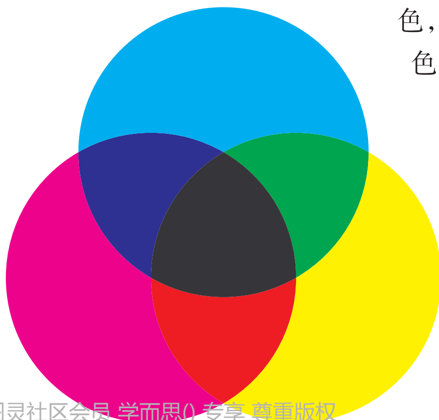
计算机屏幕或者电视机屏幕上的色彩空间被称为相加的色彩空间。人们将红、绿、蓝三种颜色等比例叠加，这就形成了白色。红色和绿色混合形成黄色，绿色和蓝色混合形成青色，红色和蓝色混合形成品红色。

消减型色彩空间

如果采用印刷机印制宣传单或信笺纸，即便没有任何专业知识而仅凭常识，一般人，甚至是拿着彩色铅笔画画的孩子都会知道，加色法在此处是不会奏效的。原因在于，在印刷中将红、绿、蓝三色叠加绝对不会形成白色。正因如此，我们在印刷中采用了另外一种色彩混合的方式，即减色混合法。我们之所以称此为减色法是因为有色物体会吸收某些特定的光波，我们看到的颜色仅仅是其反射的光波。



人们将这种物体的色彩呈现方式，也就是印刷品的色彩呈现方式称为物体色。减色法中的颜色包括黄色、品红色以及青色。混合这三种颜色能够再现一系列色调和颜色等级。理论上，如果将这三种颜色全部叠加印刷将产生黑色，可惜在实践中却并非如此，叠加这三种颜色至多只能形成一种深灰褐色。正因如此，印刷时会运用第四种颜色，即黑色，于是四种印刷色分别为青色（C）、品红色（M）、黄色（Y）以及黑色（K代表基色）。



灰褐色或白色 ^ >

在光线的叠加中，蓝色、绿色和红色相加形成白色（上图），而在印刷品中，青色、品红色以及黄色相互叠加（右图）则形成灰褐色。

色彩空间的大小

现在，我们面临的问题就显而易见了：一方面，设计者所运用的技术和印刷全然不同；另一方面，RGB混色系统的色彩空间要比CMYK混色系统的色彩空间大得多，这一点不容小觑。这就意味着，尽管你能在屏幕上混合各种闪闪发光的漂亮颜色，但这些颜色在纸张上的鲜明度和亮度只有前者的一半。

色彩管理

为了确保各颜色在屏幕上和之后的印刷品中呈现尽可能相似的视觉效果，我们往往会运用色彩管理，这背后有专业理论和实践支撑，能够借助颜色配置优化各色彩系统之间的转换。色彩管理是一门复杂的科学，我们在此并不打算、也无力对其做出进一步的阐述，否则将有越俎代庖之嫌。不过，只要掌握了一些简单的小技巧，你就能够将色彩呈现效果的差异最小化。

一般而言，屏幕上的颜色要比印刷品中的颜色更亮。



< 分光光度计

我们将研究保持输入颜色和输出颜色尽可能相似的科学称为色彩管理学。分光光度计就是这方面一个很有用的工具，借助该工具，我们可以精准地检测各种颜色偏差。

避免色彩视错觉的一些小贴士

- 一般而言，如果你的设计之后将付印，那么请尽可能在CMYK模式下混合各种颜色。
- 相较于印刷品，计算机屏幕上的色彩更加闪烁，在选用色彩时请考虑到这一点。
- 通常情况下，为了真实地呈现物体色，可将屏幕调暗一些。请牢记一点，印刷品中的色彩要更暗些。有可能的话，请调整屏幕的对比度和亮度。
- 即便没有色彩管理方面的知识，也可以借助一些简单的工具和系统自带的小软件来调整屏幕。在校准过程中，我们其实已经实现了屏幕和印刷品之间的某种程度的适配。
- 市面上有不少廉价的色样小册子以及色卡，其中呈现了各式各样的CMYK模式下的混色印刷效果。也就是说，你可以借助某种已经印制好的样版来选择颜色，并将相关的CMYK数据纳入你的资料库。
- 如果家中备有彩色打印机，不妨先进行一次试印刷。即便你的打印机和印刷厂的印制效果有所不同，至少你可以提前对印刷效果有个直观的印象。



色卡和色样小册子 >

借助各种色卡和色样小册子，你能挑选出各种颜色并按照预先的规定进行混色。这样就能避免出现令人感到诧异和不快的混色方案。

- 请在各种不同的光源条件下观察混色效果；也就是说，你既要在自然光线下，也要在人造光线下进行观察。
- 如果客户特别看重高质量的彩色印刷，你不妨在相应的商店委托进行一项认证。在此过程中，你的数字数据将被打印到一种特殊的输出设备上，该设备能够尽可能理想地模拟之后的印刷结果。

特殊颜色

有一些颜色比较特殊，人们无法借助四种印刷颜色CMYK将其印刷出来，其中就包括银色、金色、所有的荧光色，当然也包括某些特定的绿色和蓝色或者粉彩色。如果想在设计中印刷上述这些颜色，那么就要处理这些也被称为装饰色的特殊颜色。这就涉及一些配制好的颜色，比如由Pantone色系或者HKS色系所提供的颜色。

对于某些非常特殊的色调而言，设计者不得不运用一些特殊颜色，比如由Pantone色系或者HKS色系所提供的颜色。

特殊颜色的成本

请务必事先询价。如果你的设计除了四种印刷色彩之外，还不得不运用一些特殊颜色，那么一般而言，其总价将有所提高。不过有时也会出人意料地降低成本：比如，你的设计运用了红黑两色，那么视印刷工艺的不同，采用黑色和红色这种特殊颜色进行印刷，价格反倒更加便宜。如果想借助四色印刷达到相同效果，就必须用到黑色、黄色和品红色，也就是三种颜色和三种印刷工艺，而相比之下，使用特殊色只需用到两种颜色和两种印刷工艺。

色卡 >

我们同样可以在色卡中挑选出那些装饰色。如果依然选用CMYK模式印刷那些装饰色，你就可以在色卡中读出这些颜色的色值。不过视具体颜色的不同，这种做法会导致一些差别。



色彩保真度

运用特殊颜色的另外一个原因，在于其拥有较高的色彩保真度。我们不妨以一个绿色的Logo为例。如果使用四种印刷颜色印制这种绿色，那就不得不用到青色和黄色，然而即便我们明确划分了这两种色彩的比例，比如说70%的青色加100%的黄色，依然不能确保其印刷效果全然一致。这在一些诸如绿松石色这种较难印制的颜色中表现得尤为明显，由于受到印刷厂、印刷机器以及一些其他因素的影响，印刷效果会不太稳定。可能你会想，这无所谓吧？至于这种绿色看上去更偏向于草绿色或者更像是树绿色，并无什么不妥吧？不过，假如这种绿色的Logo被运用于各式各样的印制品，而效果却各不相同，你和你的客户大概就都会感到有些不妥了。



预先配制好的颜色

运用预先配制好的特殊颜色能够避免这种色差。

色差

如果客户将绿色的Logo运用于一系列不同的印刷品上，首先是名片，两周后是信笺纸，五周后又是宣传册，但该绿色每次看上去都有些不同，这就有可能令人不悦。这种情况下，你最好能够事先和印刷厂商谈一番，看看Logo中是否涉及某种难以印刷、容易出现色差的颜色——不妨再询问一下采用某种特殊颜色带来的额外费用。



图片质量

照片是一种颇受欢迎的设计工具。不过，如果印出来的设计作品恰恰因为图片质量糟糕而不符合预期效果，那就会令人懊恼不已。那么一张图片是否可用，究竟取决于什么呢？我们又能在多大程度上放大图片而确保其不失真？

如果你大幅放大一张照片就会发现，它其实是由很多极小的图像点组成的。整张图片正是由这种呈网格状有序排列的、颜色不同的图像点生成的，这种图像点被称为像素。每个像素都代表了一个颜色信息。一张图片的质量取决于其所含像素量多少与其尺寸大小的比值。



彩色的像素

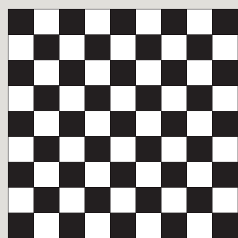
如果你大幅放大一张图片，就会看到其中的各个像素。左上方的图片是100%的原始图片，而右上方的图片是放大600%后的图片，下方的图片是放大1200%后的图片。

分辨率的概念是什么？

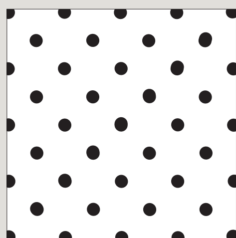
当我们提及图片和质量的时候，就绕不开分辨率这个话题了。分辨率这个概念有各式各样的定义和单位。我们将最为重要的部分简要地总结一下。

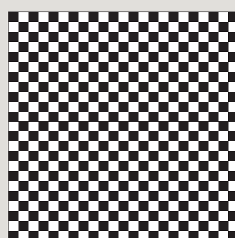
[英寸]
一英寸等于2.54厘米。

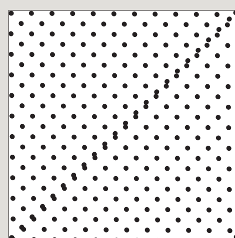
我们在印刷中用到了分辨率的概念，也就是每英寸行数（lpi）。严格意义上说，我们在印刷中借助的工具并非是分辨率，而是网线数，也就是各网格单元的总数。每一条线段中的网格单元总数越多，印刷的视觉效果就越是细腻。举例而言，相较于照片印刷，报纸印刷采用的网格就要大一些，正因如此，报纸中的图片显得更粗糙些，而高品质的照片印刷则显得非常细腻。



1厘米



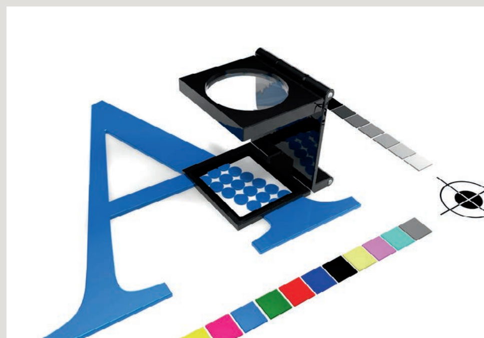




网线数

网线数确定了各网格单元的总数。上图1和图2中的网线数目分别为9线/厘米以及23行/英寸，而图3和图4中的网线数目分别为23线/厘米以及58行/英寸。





检测

借助织物纱线密度分析镜还可以检测网线数。

实现完美印刷的正确分辨率

分辨率的概念也适用于图片。不过，我们此时会用每英寸像素（ppi）这个单位来标注分辨率。也就是说，一幅图片的分辨率表示了其中每英寸含有的图像点（像素）。

图片分辨率其实并不代表一张图片的质量高低，而只能说明它在何种尺寸下方能获得良好的印刷效果。

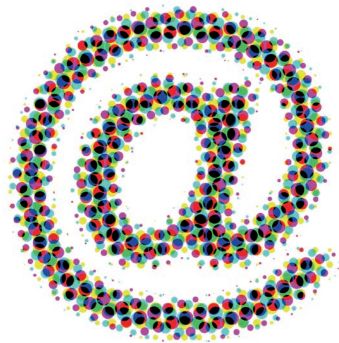
分辨率为150 ppi~300 ppi的图片尚且能在家用打印机上打印出不错的效果，而像素低于150 ppi的图片则多数会显得模糊不清，至多只能用作背景。

lpi和ppi

一般情况下，图片分辨率应为网线数的1.5~2倍。也就是说，如果采用通用的60线/厘米的网线数加以印刷，那么换算为每英寸行数（lpi）的话，这就相当于约150 lpi（60×2.54）。这样一来，为了确保图片拥有最优的品质，其分辨率应为300 ppi。

宽乘高表示的像素

人们常常还能看到另外一种图片质量的标注方法，比如说1600像素×1200像素。这种在打印机上也能看到的标注方式同样被称为分辨率。该标注信息表示，该图片在宽度方向有1600像素，在高度方向有1200像素。那么知道这点又有何用呢？设计者可以借此计算清楚，如要在设计中嵌入该图片，为了确保后续印刷质量良好，至多可将该图片设置为何种尺寸。



^ 图像点

放大状态下，你就能清楚地看到图中的各种彩色图像点。

最低分辨率和最大尺寸

为了计算出某张图片的最大尺寸，可以将页面长度除以你所期望的分辨率。我们假设，图片的分辨率为1600像素×1200像素，如果你想令该图片（网线数为60线/厘米）获得专业级的印刷效果，就应该采用300 ppi的分辨率。也就是说，你可以将1600除以300，结果为5.3英寸，即13.5厘米。同样，你也可以将1200像素的页面较短侧除以300，结果为4英寸（10.1厘米）。这就意味着，你可以将一张分辨率为1600像素×1200像素的图片设置为13.5厘米×10.1厘米，其效果肯定不错。

分辨率检查清单	
图片尺寸	分辨率为300ppi时的最佳品质
A8：7.4厘米×5.2厘米	874像素×614像素
A7：10.5厘米×7.4厘米	1240像素×874像素
A6：14.8厘米×10.5厘米	1600像素×1200像素
A5：21厘米×14.8厘米	2480像素×1748像素

扫描分辨率



或许你家中有一台可以扫描范本、照片或者Logo的平板扫描仪，你也可以将其用于设计。扫描范本时，你会被问及所期望的分辨率。在这里，“多多益善”的法则并不管用，也就是说，如果采用不必要的高分辨率就会出现庞大的数据量而让你手足无措，当然，分辨率过低自然也会影响品质。平板扫描仪的最佳分辨率通常为1200 ppi，也就是说，扫描仪以每英寸（2.54厘米）1200像素×1200像素进行扫描。

^ 借助扫描仪实现数字化
平板扫描仪价格低廉，而且可以帮助你实现印刷范本的数字化。

[两种分辨率]
请不要混淆光学分辨率和插值分辨率，后者的值总是更高些，但往往不代表品质更佳。

推荐像素

为了获得良好的品质，推荐下列数值。

- 采用的分辨率应不低于300 ppi。
- 如果网线数为60线/厘米，建议采用300 ppi的分辨率。
- 网线数值越高，分辨率就越高。
- 行扫描时总是采用1200 ppi的分辨率。

数码相机

分辨率也是评价数码相机的一项重要指标，只不过这里涉及的单位是兆像素。有了该分辨率信息，你就可以了解这台相机能够容纳多少像素。如果一台相机的传感器拥有2兆像素，那么其表面就有两百万个感光像素，这就意味着，在页面边长比为3：2的情况下，它能容纳1600像素×

1200像素，就相当于能在大约为14厘米×10厘米的尺寸上呈现高分辨率的视觉效果。正因如此，一台5兆像素的相机并不能拍摄出细节更为丰富的图片，只不过能在确保同等品质的前提下允许更大的打印尺寸而已。



^ 数码相机和兆像素
一台相机的兆像素指标并不必然和其拍摄质量相关。

数据格式

无论是在存储设计作品的瞬间，扣上扫描仪的瞬间或者将数码相机中的照片复制到计算机上的瞬间，你自然将面对各种不同的数据格式。即便你从未打算了解这个枯燥的话题，但是一旦设计作品的印刷质量令你感到失望之后，你就会发现，掌握一两项数据格式及其应用领域的规则还是很有必要的。

原始格式和通用格式

原始这个概念似乎源于食品产业，原始这个词代表着自然纯净和未做加工。在IT世界里，它也有着类似的含义：原始格式是一种程序内部所用的格式，本机软件处于原始状态。

正因如此，你所运用的每一款软件都有一种首选的最初格式，即原始格式。数据会被优先存储于这种格式，当然前提是它未被转移到其他程序、使用其他程序的用户或其他操作系统中。原始格式有一项优势，即打开该文件时，程序无须转换或改变数据。此外，含有原始数据的程序往往含有更多的功能。原始格式包括：

- Adobe Photoshop 以及 Adobe Photoshop Elements (.psd)
- Adobe Illustrator (.ai)
- Adobe InDesign (.indd)
- CorelDRAW (.cdr)
- Microsoft Word (.doc和.docx)
- QuarkXPress (.qxp)

一台相机的兆像素数目越大，其拍摄图片就越能在不降低品质的前提下放大打印尺寸。



请在设计中尽可能地采用原始格式。

当然，除了那些原始格式以外，还有一些通用的数据格式。人们可以在各种不同的程序中打开或者至少能够放置这些文件，TIFF就是这样一种图像文件格式，它得到了各种排版程序的支持。通用格式包括：

- TIFF，用于像素图片。
- EPS，用于像素图片和矢量图形。
- JEPG，用于像素图片。
- PNG和GIF，用于网络图片。

我们的建议

尽管许多程序也能打开其他程序的原始数据，比如InDesign能打开.ai格式的数据，Photoshop能打开TIFF或者EPS格式的数据，但一般而言，在启用另外一种程序之前，请尽可能地采用原程序的原始格式。也就是说，如果你正在利用Photoshop处理图片，那就应该将其保存为.psd格式。只有当你将处理完成的图片嵌入设计作品时，方能将其保存为TIFF或JPEG格式。

这条准则同样适用于图形：如果你在CorelDRAW中制作图形或者Logo，那就应该将其保存为.cdr格式。如果你想将该Logo置于某个排版程序中，那么最好将其保存为EPS格式。

Adobe Illustrator和InDesign这两款程序的互通性很强，人们可以直接将.ai格式的数据转移到InDesign中。

像素图和矢量图

像素图也称为栅格图，有的人还称其为位图或图片。这种图形由一些图像点组成，每个图像点都有一种自身的颜色。这类图形在放大后并不会获得新的信息，而视具体方法不同，它们要么重复原有像素，要么会从相邻像素中计算出新像素的颜色，因此在放大像素图形时请务必小心谨慎。

矢量图或数据是由一系列的矢量组成的，即一些借助数学函数计算得到的线和点。这类矢量图形的优势在于，人们可以在不影响品质的前提下调整其大小。各种字体也是矢量数据，因此人们可以将其任意放大。





矢量图，100%

像素图，100%



放大

左侧两张图被放大到300%，下侧两张图是放大到600%的效果。大幅放大后，像素图的阶梯效应就显而易见了。



矢量图，300%



像素图，300%



矢量图，600%



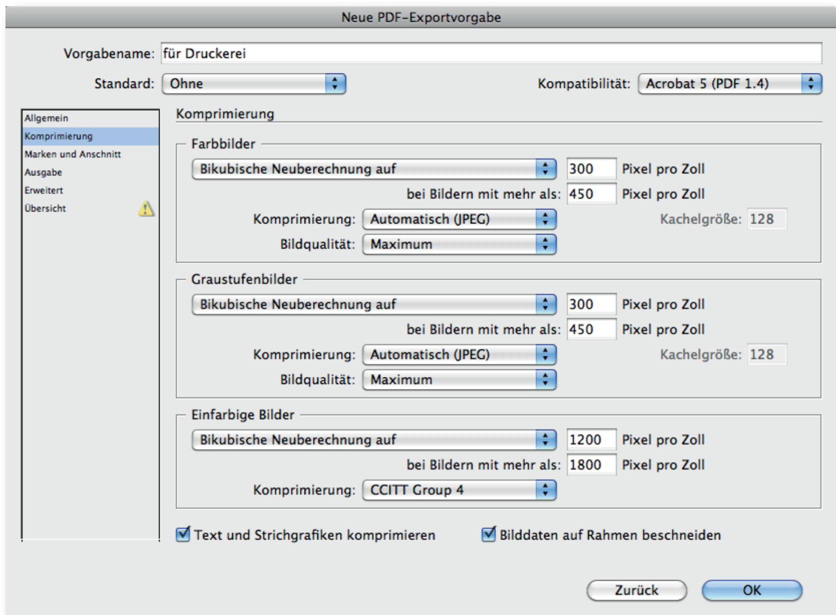
像素图，600%

[制作PDF文件]

所有常用程序都能制作PDF文件。请注意，在导出PDF文件时不要降低图片的分辨率或设置其他的品质约束条件。

特殊的PDF

PDF文件是一种特殊文件。Adobe Acrobat软件的数据格式拥有一个明显的优点：只要正确存储，该文件就能包含印刷所需的所有内容。此外，只有借助专业的工具，人们才能对其进行更改。这就意味着，如果你想委托印刷厂印制你的设计作品，就应该将数据保存为PDF格式，因为这种格式的文件还能包含字体，而在其他格式的文件中，由于字体被视作为单独的元素，文件中还要附加相应的图片数据。



以PDF格式导出图片 >

如果你所使用的图片已经达到最佳分辨率，那么在以PDF格式导出该文件时，要么禁用压缩（重新计算），要么采取如图所示的做法。

注意：JPEG

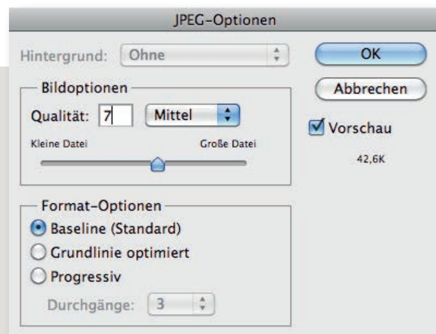
严格意义上讲，JPEG并不是一种数据格式，而是一种压缩方式。正因如此，JPEG格式的图片数据要比TIFF或PSD格式的数据更小。也就是说，JPEG压缩方式是以有损图片品质为代价来缩小图片的。

好吧，你可能会说，我能很好地加以控制，从而确保图片视觉效果始终很棒。所以我依然可以采用这种格式加以编辑，相较于以TIFF格式保存的相同数据，以JPEG格式保存能帮我节省不少计算机中的存储空间

呢。如果你是这样想的，我还是奉劝你一句：切莫这样做！人们可以借助JPEG格式转移图片资料或者在某些情况下将其嵌入设计作品。不过这并不是一种工作格式，人们无法对这种格式的数据进行保存、打开、加工、再次保存、再次打开、重新修改和保存。其中的原因很简单：每次修改和保存时，图片都会被重新压缩——这样一来，每次操作之后，图片的品质都会有所降低。

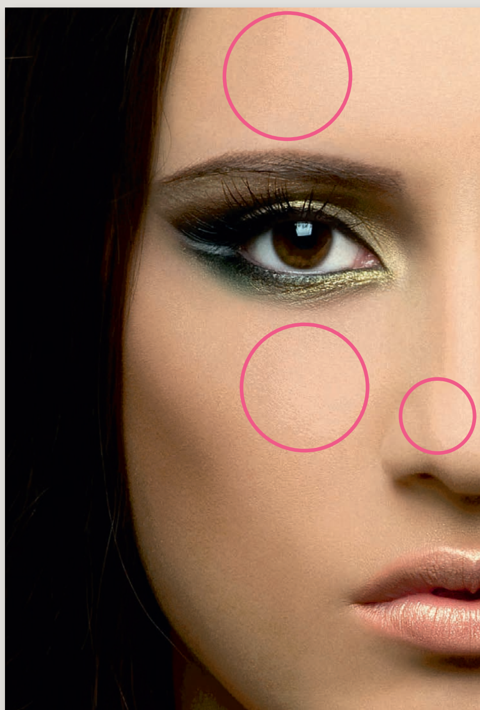
压缩

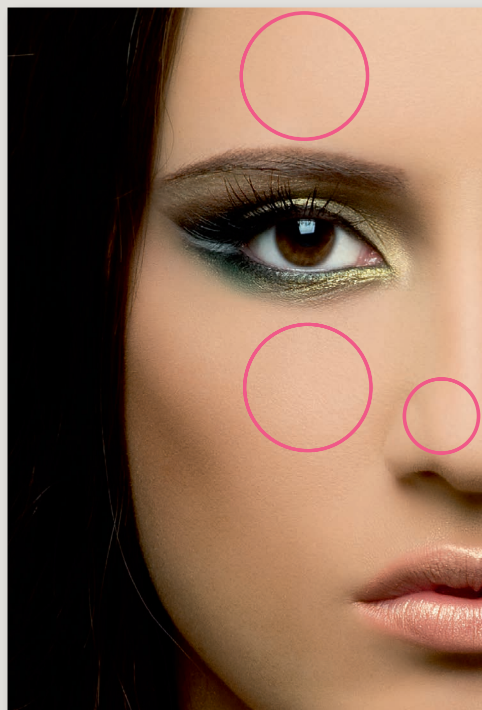
将文件保存为JPEG格式时，你需要确定压缩强度。压缩强度越大，数据就越小，图片的质量也就越差。



每次保存都会损失一部分品质

左侧图片被重新保存了20遍，每次保存时，文件都会自动被重新压缩一遍。请注意观察人物眼睛下方、额头以及鼻子部位的皮肤，你在这些部位就能发现JPEG品质损失，左侧图中的皮肤显得更加粗糙，更加有纹理。





裁切和标记

正确的裁切及其标记可以确保印刷品的边缘整洁。



裁切机

在印后加工中，印刷品被成堆剪切。

不妨设想一下，你眼前堆放着一大摞有毛边的纸张，你希望裁切一刀去除毛边。于是，你一手放在纸堆上，向下施压以确保纸张尽可能不滑动，然后用裁切刀将纸张边缘裁切整齐。如果刀具不够尖锐，未能一刀裁好，那会出现什么情况呢？没错，这堆纸会发生轻微滑移和扭曲，这样一来，每张纸被裁切的宽度都会略有差异。

挪移

如果此时，你用裁切线在每张纸上标记出待分割区域，就会立刻发现问题所在：由于纸张的挪移，你沿字行齐线裁切时，有时偏前，有时偏后，有时正好不偏不倚。

裁切误差

由于挪移导致的问题，裁切误差难以避免。事实上，有很多因素会导致这一问题的出现，方才描述的原因只是其中之一。比如，纸张由于印刷油墨而变得潮湿从而发生“滑移”，这就是另外一个原因。视印刷油墨用量及湿度的大小、纸张纤维及其走向的不同，纸张会向某个方向延伸，这也会导致轻微的挪移。

过大或过小的格式

裁切误差可能导致纸张被裁得过小或过大。如果你在过去几年搜集的名片堆里翻来找去，那么会发现，里面总是有几张名片大一些或小一些。

信息缺失或者出现白边

信息缺失或者出现白边本身可能不会令人特别不快。麻烦的是，裁切不好，纸张边缘的重要信息就会被恰好裁掉。同样糟糕的是，一些图片或彩色元素本来延伸到纸的边缘，但由于挪移，实际裁切距离纸边稍远，这样就会多留出一条闪闪发光的白边。

制做出血

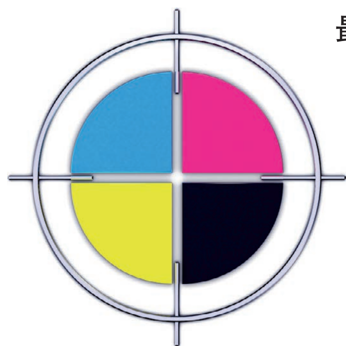
作为设计者，虽然无法避免挪移的情况，但可以通过制做出血减少这类问题的发生。我们可以放宽延伸到纸张边缘的正文内容或图块，使其超过裁切线3毫米。也就是说，文件的设计尺寸要比成品尺寸大3毫米。

出于技术考虑，所有重要信息至少应超出纸张边缘3毫米。



白边

由于发生挪移，元素未能按设计直抵纸边，这样就出现了一条闪闪发光的白边。



最终规格保持不变

现在你可能会问，名片是否可以不做成85毫米×55毫米大小，而做成91毫米×61毫米。答案是不行。你不能改变程序设置的尺寸大小，因为印刷厂需要依据最终文件上的十字规矩线进行剪裁。所有常用的排版软件都有切边或裁切的调整项。这就意味着，虽然规格保持不变，但作为设计者，你一方面要将可能出现的背景设置得大一些，另一方面必须在打印或将文件以PDF格式导出时，多标注出3毫米。

^ 十字规矩线
借助十字规矩线，印刷厂能够精准地将各种颜色叠印。

切边及裁切标记

裁切、切边、切边标注或印刷超边，这些称谓的含义是相同的，即主题内容超出纸张边缘3毫米。裁切标记位于文件稍外处，它标出了裁切处，人们必须在此处裁切获得最终格式。

适用任何情况的小贴士

我建议大家在任何情况下都要设置出血，并且在制作文件时始终认为出血部分也将付印。即便在家操作，采用这种处理方式也无任何不妥。事实上，这种做法适用于所有情况。

传单的纸张规格保持不变，为297毫米×210毫米。



黑色线条标注出了纸张边缘，图片超出纸张边缘3毫米。

纸张和装帧

视项目和印刷篇幅的不同，你可以委托印刷厂印刷你的设计作品，也可以在家或去某家文品店用打印机打印作品。无论你或你的客户最终选择了何种打印方式，最终的打印结果是否令人满意，纸张的选择都至关重要。

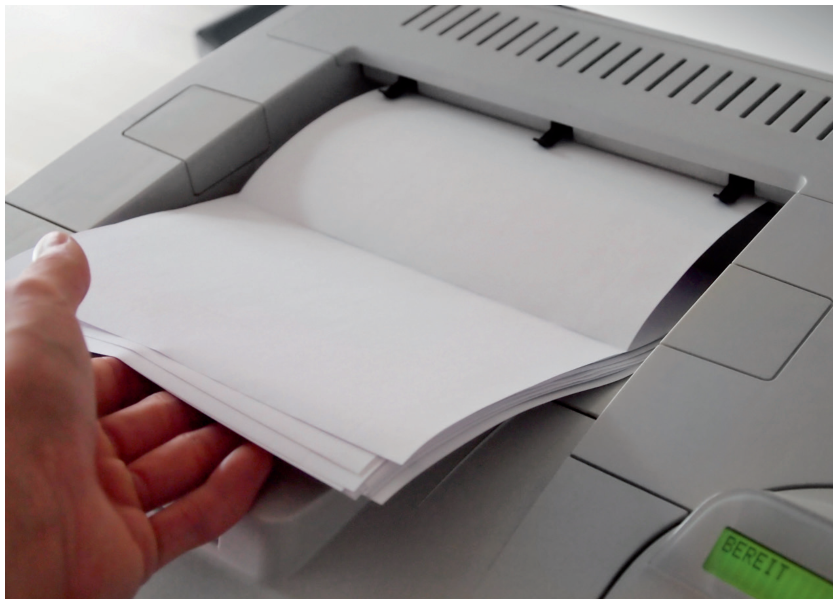
各种纸张有不同的特性，因此，某些纸张特别适用于或者特别不适用于某些特定的印刷品。为方便起见，人们喜欢采用印刷厂或文品店所推荐的标准纸张，不过与此同时，你也会失去为设计锦上添花的机会。

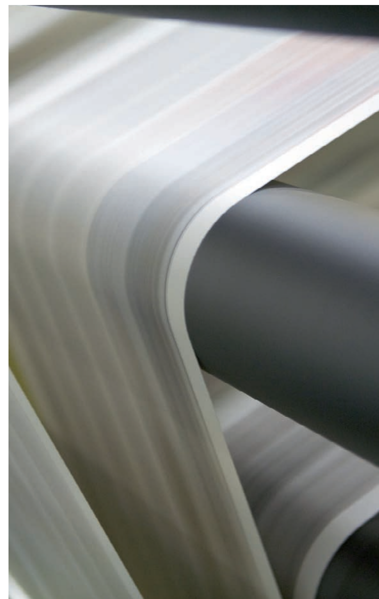
差异

纸张不尽相同。首先，纸张厚度有所不同；其次，纸张颜色也有差异；再者，纸张表面也各式各样。这些因素都会影响你选用何种纸张。除此之外，纸张的撕裂强度及耐老化性也千变万化。最后，环保性也是选用纸张的一个影响因素。

纸张质量

视印刷工艺及成本预算的差异，人们可以在各式各样的纸张及其质量中做出选择。







^ **耐用**

用于制作纸币的纸张必须具有超强的耐老化性。

纸张的主要成分是木浆或纤维素等纤维材料，以及诸如磨细的大理石、石灰岩或者陶土这样的填充料。这种填充料存在于纤维材料之间，从而赋予了纸张某些特性。棉花作为填充料能增强纸张的耐老化性，这对于某些用途的纸张尤为重要，比如证书和纸币。此外，纸张的柔软性、张力以及手摸时的触感也会因填充料而有差异。

上胶

你一定已经发现，纸张的表面可谓千差万别，人们可以通过触摸、观看注意到这种差别。纸张表面既可以毛糙，也可以非常光滑，既可以是哑光的，也可以是光亮的。上光在一定程度上会影响到纸张的表面特性。人们会采用树脂对纸张进行防水处理，这样一来，纸张中的印刷油墨不会渗透得很厉害。视上光方式以及后续涂层工艺的不同，会生成无光泽或有光泽的纸张，涂层艺术印刷纸或照片打印纸。与之相反，天然纸张则没有涂层，不过你会有很大的选择空间：纸张表面可以不作加工处理，也可以作轧光处理（变得光滑），或者强轧光处理（变得非常光滑）。



^ **表面**

不同的上光方式可以生成千变万化的纸张表面。

纸张重量

在购买用于印刷的纸张时，除了注意纸张规格，往往还需注意其重量信息。这就涉及纸张定量或者每平方米重量这个指标，该指标也称为克重。比如说，80克/平方米的克重意味着，每平方米的该种纸张（比如规格为DIN A0的纸张）重量为80克。由于16张DIN A4纸张加起来大小恰好为一张DIN A0纸张，因此一张DIN A4纸张的重量为5克（80/16）。

请注意环保纸张和可循环利用纸张

环保纸张以100%的废纸作为纤维原料，既未经过漂白也未经过重新染色，尤其未经过脱墨工艺处理，因而不含任何化学添加剂。环保纸张的生产用水和耗能也显著较少。尽管环保纸张这一概念并无法律保护，但人们依然可以凭借某些特定的标志识别这类纸张，比如vup、ÖKOPAplus、ap以及PapierTiger。

不同于环保用纸，可循环利用纸张采用了脱墨工艺，这样可以很好地去除原有的印刷油墨，纸张也可应用于图文。德国采用蓝色天使标志代表可循环利用纸张。



∧ 可循环利用纸张
蓝色天使标志是可循环利用纸张的标志，很好识别。

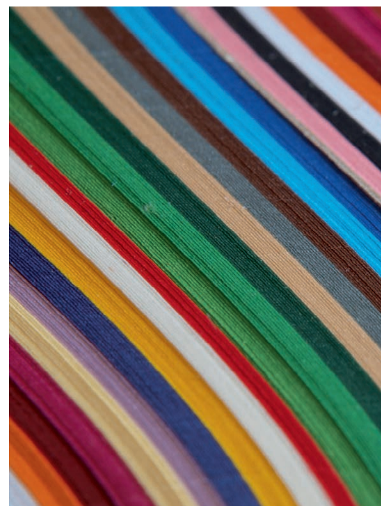
∨ 表面
可循环利用纸张保护资源和环境，即便是有色纸张也能循环利用。

不含木浆和不含氯

如果你购买了标有“不含木浆”字样的纸张并认为这种行为就为禁止砍伐森林做出了贡献，你可就大错特错了，即便是不含木浆的纸张其实也采用了纤维原料。人们去除了木材中含有的树脂和木质素而仅仅使用了其中的纤维素。与之相反，含木浆纸张是由木材纤维及木质素制作而成的，较之于不含木浆的纸张，含木浆纸张由于含有木质素而会变黄褪色。正因如此，不含木浆也仅仅意味着不含“木质素”。更好的纸张应









^ 有虚假之嫌的包装
如今，人们不再使用氯漂白纸张，取而代之的是过氧化氯。

该“不含木浆”，这种纸张不会变黄褪色得厉害，但该标识既不意味着纸张具有环保性，也不是纸张的成分说明。

“无氯漂白”的标识也是同样的。早先，纸张主要都用氯漂白，造纸商往往还声称，无氯纸张不能用于凹版印刷，不过事实上，20多年前起，人们就不再用氯进行漂白了，但还是采用了有害健康的二氧化氯及过氧化氯，这类纸张依然贴有“无氯”标记。

选择众多，难以抉择

在决定选用某种纸张之前，你需要考虑很多因素，首先是你期望印刷品达到什么效果，其次是纸张的使用寿命和环境适应性，当然了，选择的时候也要考虑到价格的高低。某些印刷厂还会向客户寄送纸样。当然，如果你可以前往某家印刷厂，还可以翻阅一下那里的纸样小册。

选择纸张的检查清单

- 如果你的设计含有很多文本，那么不妨选用一种奶油色或者浅灰色的纸张，为了避免光的反射，还应采用一种无光泽或者表面无涂层的纸张。
- 如果图片在设计中占据了主导地位，那么选用一种可以彰显对比度的纸张可以获得最佳效果。此时，亮白色的、富有光泽的铜版纸可以实现最佳效果。最好还能事先了解纸张的最大网线数及所能呈现色调范围的相关信息。
- 如果你在家打印，自然应该首先明确一点，你的打印机可以使用何种纸张。请注意，一旦纸张稍厚，家用的喷墨打印机可能就不适用了。
- 如果你是在印刷厂印刷，应该在选择纸张时和一名专业人士就即将采用的印刷工艺进行商讨。考虑到印刷以及印后加工的流程，某些特定的纸张仅适用于某些特定的印刷工艺。视印刷工艺的不同，印刷油墨的效果也会相应更佳或更差。

- 印信笺纸时采用克重为80克/平方米的纸张效果最佳，名片最好采用克重为240克/平方米～400克/平方米的纸张，传单或宣传册最好采用克重为135克/平方米～170克/平方米的纸张，而明信片最好采用克重为180克/平方米～450克/平方米的纸张。
- 有的时候，选择纸张时还需考虑所需邮资。如果选用厚度为80克/平方米的纸张，那么支付标准邮资至多只能邮寄三张DIN A4纸张。

走向

翻开一本书时，你就能立刻看到印刷厂是否注意到了纸张的走向。如果纸张的走向和装订线平行，你就能很顺畅地翻开这本书。

即便是折页的传单，印刷厂也应注意纸张走向，否则的话，印张折叠处就会呈撕裂状，显得不太美观。这一点在彩色印刷中表现得尤为明显。

[注意数码印刷]

如果经过印刷的纸张（比如一张信笺纸）还将经过激光打印机再次打印，那么就不能采用数码打印；否则，在激光打印机打印过程中就会出现纸张掉色的情况。正因如此，信笺纸以及预印刷的发票账单就需采用胶版印刷。采用喷墨打印机则不存在这个问题。

纸辊

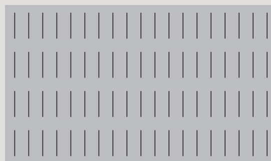
造纸厂中的巨型纸辊。



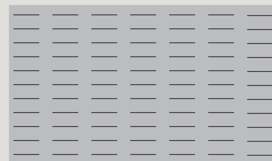


正确的走向

如果走向不正确，印张折叠处就会开裂，里面的白色纸张就会显露出来。



宽幅印刷中，幅面的短边和纤维走向平行。



窄幅印刷中，幅面的长边和纤维走向平行。

为了确定走向，你可以将纸张两侧稍微撕破一点。平行于纤维方向的裂纹往往比横贯于纤维方向的裂纹更加光滑。如果纤维方向平行于纸张较长侧，我们就称其为窄幅印刷；反之，如果纤维方向平行于纸张较短侧，我们就称其为宽幅印刷。



水印
一张带有水印的老信封。

水印

采用水印能使某些文本显得高贵和独特。但是，水印不只有装帧的作用，它还能避免或者至少降低伪造和篡改的风险。真正的水印形成于筛网上的纸张成形期间，有一种称为水印辊的网辊将纤维挤压并堆积起来。如果纸张在挤压的过程中才获得这种标记，人们将其称为非真实水印。这里，印花辊并未使纤维的分布不均，而仅仅增加了纤维的密度。正因如此，有些公司号称自己后续能够在纸张中添加水印，但其实这并非真正的水印，人们只不过是采用了不含着色剂的含油脂颜料加以印刷罢了。

烫印箔
装帧时也可采用烫印到纸张上的有色箔。



其他装帧方式

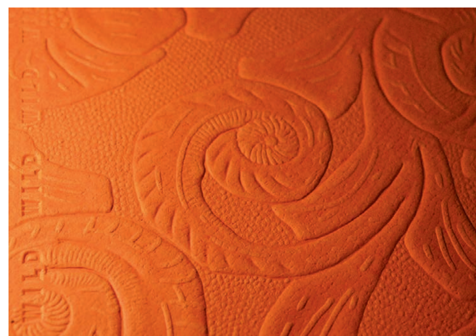
如今，经过装帧的印刷品已经很常见。这是眼下的潮流，它往往以包装的形式出现在我们的日常生活中。当然，我们也能在传单、邀请函、菜单、目录册、杂志甚至书籍中接触到各式各样的装帧。第一印象至关重要，精美的设计总是令人难忘。有些人希望通过与众不同的名片给别人留下深刻印象，他们往往会选择一种特别的装帧方式。当然了，装帧总是会增加成本，不过倘若客户对此抱有兴趣，请你务必在印刷厂询问一下相关情况——你可以看到不同工艺条件下的各种费用成本。

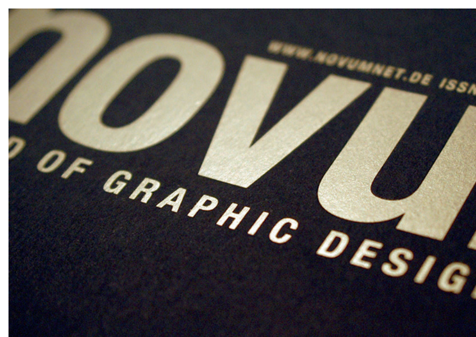
散发香味的漆

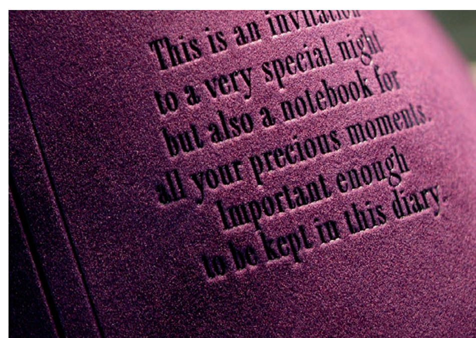
给纸张上漆时，人们会在目标对象上涂一层透明的清漆，视喜好不同，可以选择有光泽或无光泽的漆面。根据客户的不同需求，人们会在整个表层或仅在局部上漆，不过很多情况下，这仅仅起到美饰的作用。类似于家具，人们既可以选用简单的具有水溶性的分散漆，也可以选用品质更高一些的紫外光固化漆。根据个人喜好不同，你也可以向客户推荐闪光漆或者哑光漆和高光泽漆的混合物，这种配制漆的滴液非常细腻。

装帧美饰

下方上图中展示的是一种素压印（无油墨压印），其他两张图片是烫金箔压花。







Bilder: Bölling GmbH & Co. KG

如果你正在为一家新开张的咖啡店制作宣传材料，不妨了解下某种能够散发出咖啡豆新鲜烘焙味道的芳香漆。其特别之处在于，当顾客用手触摸或翻阅印刷品时，油墨中少量的香味胶囊会随之破裂，封在其中的香料便会飞散出来，漂浮到空气中，从而产生香味，而其余的香味胶囊则依旧完好无损。这样一来，每次触摸或翻阅印刷品之后，都会散发出芳香的气味，或许这正是你的客户所期望的效果。

凹凸压印

在凹凸压印中，可以同时通过凹凸以及颜色印刷出一定的款式。在平面压印中，所有纸层都位于一个平面，只是有的时候，整个形状在背面隐约可见。压凸印刷的效果是通过色彩及压印的压箔形成的。为了在哑光和亮光的对象之间形成鲜明的对比，人们常常应用带有金属效果的压箔。

如果你想令自己的设计富有活力，不妨仔细地观察一下结构压花这种印刷方式。通过结构压花工具进行变形处理，可以获得表面呈现网格状的印刷图片。视光线入射情况的不同会出现令人惊艳的效果，并带来特别的视觉及触觉体验。

烫金箔压花

你一定看过那种带有金色字母装饰的皮革制的图书封面，采用烫金箔压花工艺才有可能出现这种效果。在该工艺中，人们冲压涂层箔，在施力的过程中，金属涂层或颜料涂层在热量作用下溶解并粘附在纸张上。如果想为自己撰写的图书、照相册或者名片赋予一种与众不同的触觉，不妨采用素压印的工艺。在素压工艺中，人们可以不用颜料或压箔而仅仅通过元素的压入实现对图书封面或者类似纸张的装帧美饰。这种工艺虽然也可应用于克重为200克/平方米的纸张，但是如果能够采用更厚一些的材料，比如克重为300克/平方米的厚纸或者皮革，效果会更加明显。对于烫金箔压花工艺而言，选用的材料越厚，效果就越明显也越好。

封条和钢板雕刻

如果你想借助一些不同寻常的元素令客户印象深刻，我建议你试一下封条设计。这是一种混合了凹凸压印和素压印这两种工艺的装帧方式，它在有色区域中进行了无色冲压，特别适合带有阴片元素的平面设计对象，具体而言是指那些由胶纸或胶水胶粘而成的小型用纸。这种封条标志最早用于密封一些机密文件，并于19世纪中期起取代了蜡封。如今，这种封条几乎不再起到保障内容安全的作用，而仅仅通过其独一无二的外观达到引人注目的效果。

钢板雕刻通过浮雕以及光效和阴影效果显得特别生动、引人注目。这种装帧特别适用于诸如纸张或卡纸这样的天然材料，其运用范围及其广泛：从信笺纸到邀请函或证书，模压印花都是一种非常别致的选择。不过这种装帧方式更加适用于那些含有纤细线条和轮廓的小型图案，它能够很好地再现较小的字体或阴影线。当然，由于模压印花这种工艺相对比较昂贵，其成本也更高些。

不同寻常的效果

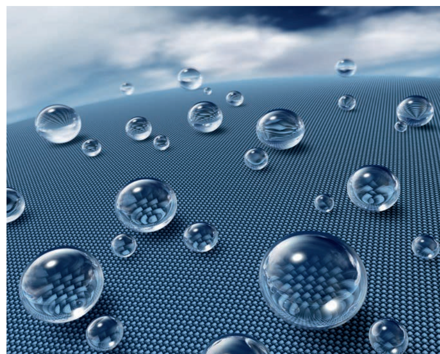
上图是一个封条的应用案例，下图是一个钢板雕刻的应用案例。





Bilder: Bölling GmbH & Co. KG

胶合覆膜和层压加膜



装帧不仅仅是为了加深读者的感官印象，有的时候，这只不过是一项出于实用考虑的决策。比如说，我们要对饭店的菜单加以装帧，从而确保其经久耐用、耐脏耐磨、抗紫外线且防潮。在胶合覆膜工艺中，人们在纸张上覆盖别的纸张或薄膜，这些覆盖物既可以是哑光的，也可以是亮光的，还可以拥有各式各样的表面冲压和颜色。

人们还可以选用层压加膜的装帧方式替代胶合覆膜。该工艺将模板两面热封入一张薄膜，由于热的作用，模板和薄膜之间紧密结合，这就起到了防潮防湿的作用。

成本

视模板和装帧种类的不同，人们需要手工制作一些工具和模子，这自然会增加最终的费用支出。举例而言，采用彩色胶版印刷工艺，在克重为300克/平方米的纸张上印刷500张名片花费约为35欧元，如果要想让名片闪烁或夜间发亮，价格一下子要猛涨300至350欧元，而给名片增加花朵或香料气味则需额外支付约290欧元的费用。

自己动手进行装帧



受到成本的限制，人们往往无法进行传统意义上的装帧。如果在成本有限的情况下，依然想为印刷品增添一丝活力，不妨借助一些其他更加经济的方法，同样能够起到引人注目的效果。比如说，你可以在传单或卡片上打孔并在其中穿入一个蝴蝶结或带子。丝带的种类也很多，从花哨的礼物缎带到朴素的包装胶带，你总能找到一款合适之选。不妨试试以下做法：设法弄到一些木质的小晾衣夹并将其固定在你的卡片上——可以直接采取这样简单的做法，为了给这家新开张的咖啡馆进行宣传，还可以在卡片上夹上纸巾。

图片来源

由于版面所限，本书未在正文中直接标注所有图片的出处。下面罗列了相关信息，如未作特别说明，图片均出自网站Fotolia.com。

第一章

第3页
32379059 © evarin20

第4页
29280929 © Barrington
11630871 © Pavel Losevsky
25575443 © jörn buchheim

第9页
30196040 © runzelkorn

第10页
30927270 © Subbotina Anna
41066254 © notkoo2008

第11页
19290567 © diez-artwork

第12页
1622266 © Kati Molin
10425956 © Andreas Haertle
32647829 © Peter Atkins
34131862 © Dialogue8
33356592, 35300696,
38543390 © ARochau
43738108 © Kzenon

第14页
43527290 © Schlierner

第15页
8033460 © Johanna Mühlbauer
4489184 © Elis Lasop
32747973 © Joachim Wendler

第16页
40586003 © THesIMPLIFY

第18页
© Nikolaus Netzer

第20页
18277442 © Daniel Bujack

第22页
19907522 © Pixel & Création

第24页
David Berkowitz@flickr
JeffChristiansen@flickr

第27页
36090343 © Nailia Schwarz

第28页
43545666 © dinozzaver
4784767 © Kzenon
32860792 © babimu

第30页
32102048 © Subbotina Anna

第二章

第40页
15955452 © christine krahl

第41页
7310828 © Jürgen Fälchle
9348321 © Dmitry Koksharov

第43页
27585354 © Aija Krodere
33870968, 34747397 © Uolir
27959875 © jchacon65
22653934 © Jean-Luc GIROLET
7977952 © cleomiu
9013665 © www.andonwww.com

第44页
28662638 © archipoch

第50页
20566777 © CandyBox Images

第53页
29255589 © LianeM
25565410 © DOC RABE Media
25502496 © Marina Lohrbach
26405127 © M.Rosenwirth
14813858 © Anja Kaiser
29549594 © Ilya Andreev

第54页
18824782 © vovan

第55页
30984164 © Peter Hermes Furian

第56页
8464476 © Jason Stitt
13450203 © Vladir09
33286493 © puckillustrations

第58页
23264964 © FotoLyriX
19918128 © Rangzen

第59页
26866892 © Subbotina Anna

第60页
10364341 © Yuri Arcurs

第63页
10531332 © queidea

第66页
24295376 © Stefan Schurr

第67页
25614546 © RA Studio
36435331 © Benjamin Haas
1352186 © U.P.images
34169429 © burak çakmak

第69页
29219592 © Sebastian Muthwill
第70页
31115656 © Jürgen Fälchle
28382333 © tankist276
第74页
31754459 © Mechanik
第75页
22932713 © FM2
第77页
23706160 © hopewei
22611671 © by-studio
13547992 © karaboux
33842093 © MP2
36721932 © djama
5414782 © zimmytws
第78页
32413691, 35067495 © Gina Sanders
第81页
28875692 © Sergej Toporkov
19897804 © Irina MANSIEUX
27222423 © panthesja
10767792 © Patrizia Tilly
第84页
32236113 © Luis Louro
第87页
38073716 © ap_i
第90页
20285095 © barneyboogles
22765690 © illustrart
第91页
23517237 © hugolacasse
35515483 © sashpictures
27414324 © gam16
第92页
4032319 © poco_bw
5998767 © Paul Moore
24418587 © Khorzhevska
12439538 © queidea
第98页
31382753 © ThinMan
第104页
24731089 © Yuri Arcurs
32210445 © Beboy
35434930 © Seamartini Graphics
第107页
8573799 © Yuri Arcurs
26648049, 24961717 © Edyta Pawlowska
26224688 © Graça Victoria
29064933 © Linnea Eriksson
第109页
37592738 © photobank.kiev.ua
第110页
33803355 © Natis
30059804 © spiral media
第113页
14032224, 14032074 © Yuri Arcurs
第118页
32379059 © evarin20
第120页
24351152 © Miroslawa Drozdowski
31311634 © Valua Vitaly
第122页
17745358 © shockfactor
28607836 © Yuri Arcurs
第124页
32366223 © Fotowerk
第125页
29248085 © Igor Yaruta
第132页，Danksagung zur Hochzeit
26517006, 26518586, 26517576, 26517540, 26517310, 26517310, 26517100, 26516935, 26518028, 26517922 © kaphotokevm1
30200968 © bilderstoeckchen
40636775 © IngridHS
15096191 © Ernst Cerjak

第三章

第138页，Postkarte »Kulturnacht«
3447519 © mias
第141页
40054607 © Eiskönig
第148页，Ein Flyer für ein Weingut
29255589, 29789436 © LianeM
25565410 © DOC RABE Media
25502496 © Marina Lohrbach
26405127 © M.Rosenwirth
15629132 © froxx
35183150 © ThKatz
34650224 © Tobilander
3046754 © sk_design
44199385 © lesniewski
第159页
www.freevector.com
第161页
44533662 © beermedia
第162页
44199628 © rangizzz
第164页
44821942 © dario
16527529 © yeahwgeni
44792744 © dario
第165页
35466613 © THesIMPLIFY
第176页，Broschüre für eine Bücherei
18472265, 18472268, 18473843, 18550246, 18550310, 35609813, 35674246 © Robert Kneschke
26903228 © ChristArt
32775854 © hansenn

33415456 © pic-tours
33596665 © Landei
33824741 © Stefan Körber
36626036 © Dan Race
37288194 © Tran-Photography
37720254 © Picture-Factory
42575657 © Andres Rodriguez
44089909 © Ilike

第179页
21838562 © fotos4u

第184页, Geschäftsausstattung
37880901, 37881012, 37881615, 41762276, 41762318 © Magda Fischer
41925677 © Darren Baker

第197页
14813858 © Anja Kaiser

第198页, Das Gemeinschaftshaus
4538830, 21394917, 42902988, 44407339 © Alexander Raths
16720917 © Pixelberg
38561951 © Volker Witt
20751592 © gilles lougassi
24961717 © Edyta Pawlowska
28507634, 35385037 © Robert Kneschke
32552687, 44361223 © Kurhan
32636679 fotodesign-jegg.de
35976491, 36693336, 38390302, 43538586 © Gina Sanders
39360545 © Kaarsten
40266811 © Petair
42471713, 42546585 © Tyler Olson
42894381 © diego cervo
43496896 © Kzenon
42503479 © Cello Armstrong
26955204 © Monkey Business
27094931 © sinuswelle

第203页
40868511 © Rido

第215页
40741174 © Amir Kaljikovic

第216页
33300517 © Schlierner

第218页
29036360 © Jeanette Dietl

第219页
37872757 © photocrew

第226页, Eine perfekte Speisekarte
24398850 © m.schuckart
25711057 © Inga Nielsen
37341045 © K.-U. Häßler
33337628 © photocrew
32813319 © Jacek Chabraszewski
32642643 © silencefoto
26240439 © Boris Ryzhkov
40824528 © Jacek Chabraszewski

第227页
2364648 © Gautier Willaume

第228页
5499910 © demarco

第229页
38037976 © Petair

第234页, Broschüre »Locationguide«
17101370 © PictureArt
18643037 © Luftbildfotograf
22965133 © fotogestoeber
26955204 © Monkey Business
29385480 © ChristArt
29848540 © Ogerepus
30451395 © Picture-Factory
31830420 © arinahabich
32773220 © Kurhan
33558944 © pressmaster
35235433 © Christa Eder
36238207 © PRILL Mediendesign
37438484 © M.studio
37685528 © ristaumedia.de
37751165, 38783880 © ristau-media.de
40638369 © .shock
41649526 © Kzenon
41898974 © kab-vision
29561005 © mico_images

第239页
44476256 © Ramona Heim
29212577 © Beboy
4244450 © Andres Rodriguez

第240页
30858741 © JackF

第241页
21536586 © focus finder

第242页
16526560 © EF-EL
28527371 © contrastwerkstatt

第243页
8750113 © bushbug

第244页, Theaterprogramm im Zickzackfalz
28354919 © mch67
33469360 © TEA
38945890 © z3zo
40581126, 40663078 © lasse-designen

第256页, Ein Kleingartenverein in Zahlen
27213263 © Stauke
32979205 © Eiskönig
37010979 © Luisa23
37592509 © Pixelot39346371
40787459 © Stefan Körber
42558260 © st-fotograf
33233599 © Alexander Raths
39800403 © ecco
41216590 © Dreaming Andy

42435366 © hs-creator
36847844, 43722495 © DavidArts

第264页
42424453 © pockygallery11
42193446 © DavidArts

第266–267页
36847844, 42530689 © DavidArts
35948403 © Skill Up

第268页, Ferienspiele
30303899 © Miredi

第269页
19290567 © diez-artwork

第273页
36913812 © AK-DigiArt

第274页, Online–Blumenladen
25960170 © N-Media-Images
29537904 © Subbotina Anna
29729067 © Anna Omelchenko
40429769 © Superhasi
30654812 © Matthias Enter
9660905 © emmi

第四章

第284页
36721481 © Dreaming Andy
18288103, 18300090 © MASP
12822858 © Scanrail

第287页
22608469 © seen

第288页
12873256 © sashpictures

第290页
35615883 © sashpictures

第290页
20914717 © Pixelwolf

第291页
23203265 © Amir Kaljikovic

第292页
22870379 © seen
30927253 © Marius Hasnik

第293页
38191056 © Foto-Ruhrgebiet

第294页
35923991 © PRILL Mediendesign

第295页
© Panasonic

第297页
29848540 © Ogerepus

第299页
28382333 © tankist276

第300页
43051807 © Alterfalter

第302页
27264953 © frank peters

第303页
16127009 © Cmon
18639829 © Ssogras

第304页
44730683 © Cpro
42145584 © Erik Schumann
37589137 © kristina rütten
38428688 © Jürgen Fälchle

第305页
15705881 © Stefan Körber
26425820 © rupbilder
24657042 © d-jukic

第306页
29961365 © mopsgrafik
40730920 © Inga Nielsen

第307页
16637863 © Ssogras

第311页
27044127 © ag visuell
37834749 © Foto-Ruhrgebiet



微信



回复“设计”查看相关书单



微博

关注@图灵教育每日分享IT好书



QQ

图灵读者官方群 I：218139230
图灵读者官方群 II：164939616

图灵社区

iTuring.cn

在线出版，电子书，《码农》杂志，图灵访谈

本书主要讲述了设计的技巧、对象以及工具等内容。全书采用简单的语言进行描述，借助丰富的示例与插图，将设计的步骤与技巧、目标对象分析等专业知识轻松地呈现出来。本书利用图形对比的形式，直观展现出好设计的优势和特征。通过阅读本书，读者将会轻松地学习到设计领域的相关知识。

图灵社区：iTuring.cn
反馈/投稿/推荐邮箱：contact@turingbook.com
读者热线：(010) 51095186-600
分类建议 计算机/图形图像/平面设计/艺术/设计
人民邮电出版社网址：www.ptpress.com.cn



ISBN 978-7-115-48133-7
定价：89.00元

看完了

如果您对本书内容有疑问，可发邮件至 contact@turingbook.com，会有编辑或作译者协助答疑。也可访问图灵社区，参与本书讨论。

如果是有关电子书的建议或问题，请联系专用客服邮箱:
ebook@turingbook.com。

在这可以找到我们:

微博 @图灵教育：好书、活动每日播报
微博 @图灵社区：电子书和好文章的消息
微博 @图灵新知：图灵教育的科普小组
微信 图灵访谈：ituring_interview，讲述码农精彩人生
微信 图灵教育：turingbooks